

Univerzita Karlova v Praze

Pedagogická fakulta

Katedra pedagogiky

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Možnosti náborových aktivit středního odborného školství

Options of hiring activities at secondary vocational schools

Tereza Poledníková

Vedoucí práce: PhDr. Helena Marinková, Ph.D.

Studijní program: Specializace v pedagogice

Studijní obor: Učitelství praktického vyučování a odborného výcviku

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma Možnosti náborových aktivit středního odborného školství vypracovala pod vedením vedoucího práce samostatně za použití v práci uvedených pramenů a literatury. Dále prohlašuji, že tato práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

Praha 1. dubna 2015

.....

podpis

Děkuji své vedoucí bakalářské práce paní PhDr. Heleně Marinkové, Ph.D. za její ochotu, vstřícnost, odborné vedení a cenné zkušenosti, které mi při zpracování práce poskytla. Dále bych také ráda poděkovala svým nadřízeným paní Martině Prknové a panu ing. Milanu Bujárkovi za podnětné připomínky a svému partnerovi za všestrannou podporu.

ANOTACE

Bakalářská práce pojednává o průběhu volby další vzdělávací dráhy žáků základních škol, kdo o této volbě rozhoduje a jaké konkrétní faktory jí ovlivňují. Zabývá se vybranými aktivitami využívanými při náboru do prvních ročníků na škole, kde učím, s přihlédnutím na pozitiva a negativa náboru. Cílem teoretické části bakalářské práce je zmapování a rozdělení vlivů a faktorů, které proces volby střední školy ovlivňují. Cílem praktické části je zmapování prostředků náboru a následné porovnání výsledků dotazníkového šetření týkajícího se volby střední školy s výsledky studií občanského sdružení „Než zazvoní“, které se věnuje výzkumem a aplikací marketingových poznatků do prostředí středních škol.

KLÍČOVÁ SLOVA

nábor, volba, střední odborná škola, faktory, legislativa, rozhodnutí (rozhodování), šetření

ANNOTATION

Bachelor thesis deals with the course choices in education for elementary school pupils, who decides on this option and what specific factors influencing it. It deals with selected activities used by the recruitment of first-year students at the school where I teach, account for positives and negatives of recruitment. The theoretical part of the thesis is to explore and distribution influences and factors that election process affecting secondary schools. The practical part is mapping resources recruitment and subsequent comparison of survey results concerning the choice of secondary school with the results of studies of the civic association "Než zazvoní", which is dedicated to research and application of marketing knowledge to secondary school environment.

KEYWORDS

propaganda, choice, secondary vocational school, factors, legislation, decision, investigation

Obsah

1	Úvod	7
2	TEORETICKÁ ČÁST	10
2.1	Základní pojmy	10
2.1.1	Volba povolání	10
2.1.2	Profesní orientace	10
2.1.3	Kariéra	11
2.1.4	Pedagogicko-psychologická poradna	11
2.1.5	Než zazvoní	11
2.1.6	Volba další vzdělávací a profesní dráhy	12
2.2	Současné postavení středních odborných škol na trhu vzdělávání	13
2.3	Marketing školy	14
2.4	Legislativa, která proces volby ovlivňuje	14
2.5	Počátek volby další vzdělávací dráhy žáků základních škol	16
2.6	Kdo by měl rozhodovat o volbě další vzdělávací dráhy žáka základní školy	20
2.7	Faktory ovlivňující volbu střední školy	21
2.7.1	Individuální faktory	22
2.7.2	Sociální faktory	23
2.8	Informační zdroje a jejich efektivita	28
2.8.1	Informace poskytnuté střední školou, kam se žáci chtějí hlásit	28
2.8.2	Informace získané z internetu	30
2.8.3	Rodiče a členové rodiny jako zdroj informací při profesním rozhodování žáků	32
2.8.4	Základní škola	33
2.8.5	Instituce kariérového poradenství	35

2.8.6	Televize, noviny, časopisy a letáky	37
3	PRAKTICKÁ ČÁST	38
3.1	Prostředky náboru	40
3.1.1	Reklama	40
3.1.2	Vztahy s veřejností	41
3.1.3	Prezentace oboru v jeho přirozeném prostředí	43
3.1.4	Inzerce	44
3.1.5	Spolupráce se základní školou.....	45
3.2	Dotazníkové šetření	47
4	Závěr.....	63
5	Seznam použitých informačních zdrojů	65
6	Seznam příloh.....	69
	Příloha č. 1	69
	Dotazníkové šetření týkající se volby střední školy - VZOR.....	69

1 Úvod

Bakalářská práce „Možnosti náborových aktivit SOŠ“ se zabývá problematikou oslovení žáků posledních ročníků základních škol, jejich rodin, ale i široké veřejnosti střední školou, ve snaze jim nabídkou takovou vzdělávací nabídku, která by odpovídala požadavkům, vrozeným studijním dispozicím a zájmům žáka. Nástrojem propagace je vyvolání zájmu o střední školu. Předmětem této bakalářské práce je téma, kterým se ve svém životě zabýval prakticky každý z nás. Správně zvolené povolání, které koresponduje s našimi sny, zálibami a dovednostmi zásadně přispívá k naší celkové osobní spokojenosti. Přestože jde o zásadní rozhodnutí v životě dospívajícího člověka, je uskutečňováno v okamžiku, kdy ještě není dostatečně zralý a připraven. Proto potřebuje pomoc svých blízkých, pedagogických i speciálních pracovníků zabývajících se volbou dalšího vzdělávací dráhy a povolání. Rovněž musí s jejich pomocí brát v úvahu veškeré faktory, které při tomto rozhodování musí brát v úvahu.

Práce také pojednává o aktivitách, které střední školy používají při náboru žáků do 1. ročníku s přihlédnutím na pozitiva i negativa náboru a aktivit s ním spojených.

Dobře provedená propagace může pomoci škole obstát v konkurenčním prostředí středních škol, kde je stále větší problém zaujmout cílovou skupinu potenciálních klientů a prosadit se s vzdělávací nabídkou. V současné době musí školy investovat stále více prostředků do propagace, využívat více forem komunikace s veřejností a vůbec obecně myslet na marketing.

Téma bakalářské práce jsem zvolila, protože jsem přesvědčena, že propagace střední školy je v tuto dobu velmi aktuální. Z vlastní praxe vím, jaký je v posledních letech problém probíjet se v konkurenčním prostředí středních škol, prosadit se s nabídkou vzdělání a zaujmout cílovou skupinu, tedy žáky posledních ročníků základní školy. Střední školy se potýkají v posledních letech s markantním úbytkem žáků, což pro některé z nich může představovat existenční riziko. Pokud vedení a pracovníci školy zabývající se nábořem nevynaloží veškeré své síly, nápady a prostředky, může dojít i k takovým scénářům, jako je sloučení dvou nebo více škol, popřípadě i úplné zrušení vzdělávacího oboru nebo školy.

Toto téma práce jsem si zvolila především s ohledem na to, že jsem učitelkou školy a kromě pedagogické činnosti se podílím na přípravě a realizaci náborových aktivit naší školy několik let. Také jsem zároveň zaměstnancem školy a učitelkou předmětu vzdělávacího oboru, který se potýká s problémy nedostatku žáků tak moc, že už se vedení naší školy muselo uchýlit k tomu, že dva vzdělávací obory sloučilo v jednu třídu. Bohužel nábor do 1. ročníků není ještě tak vysoký, aby počet přijatých žáků stačil na celou třídu.

Myslím si, že kromě zdraví a stabilního rodinného prostředí není většího štěstí, než si zvolit tu správnou profesi, kterou bude mít člověk rád, bude jí vykonávat zodpovědně a věnovat se jí s láskou. Žáci si při výběru střední školy často neuvědomují, že by jejich výběr měl být do značné míry ovlivněn uvědoměním si, jaké budou mít po absolvování uplatnění na trhu práce. Volba profese je pro 14-15 letého jedince především prováděna prostřednictvím výběru daného oboru vzdělání na střední škole, který k určité profesi postupně orientuje. Volba střední školy, která směr profesnímu zaměření jednoznačně udává, je pro žáka základní školy tak obtížnou a rozhodující skutečností, kterou si při svém mládí vůbec nepřipouští. Proto má kolem sebe nejen své blízké, ale i odborníky, kteří mu podávají pomocnou ruku. Je jen otázkou, jestli tuto ruku přijme a jak intenzivně jí stiskne.

Cílem teoretické části práce je zmapování a rozdělení vlivů a faktorů, které náročný proces volby střední školy ovlivňují.

Praktická část se zaměřuje na aktivity, které na „náborovém trhu“ uplatňuje Střední škola-Centrum odborné přípravy technickohospodářské, jejíž sídlo je v Praze 9 a kde jsem již 15 let učitelkou Odborného výcviku pro chemicky zaměřené obory. Součástí této části je i dotazníkové šetření, na kterém jsem spolupracovala s prvními ročníky naší školy, a to oborů Farmaceutický chemik, Mechanik elektronik a Veřejnoprávní činnost. Šetření se týká volby střední školy a oboru vzdělávání a faktorů, které tuto volbu ovlivnili. Jeho výsledky srovnávám s oficiálními studiemi občanského sdružení „Než zazvoní“, které se věnuje již 10 let výzkumu a aplikaci marketingových poznatků do prostředí středních škol. S tímto sdružením jsem na základě výběru tématu bakalářské práce navázala bližší kontakt a byla jsem iniciátorem školení, které nám zástupce této organizace zrealizoval přímo na naší škole. Školení se týkalo náboru žáků devátých tříd ZŠ do prvních ročníků SŠ, problematiky náboru

zaměřený na marketing školy, který je pro každou střední školu s efektivním nábořem důležitý.

Záměrem a cílem této části práce je zjistit, které motivační aspekty a další možné faktory sehrály v rozhodování o střední škole a oboru žáků důležitou roli a toto zjištění využít i v náborových aktivitách na naší škole.

2 TEORETICKÁ ČÁST

2.1 Základní pojmy

2.1.1 Volba povolání

Průcha, Walterová a Mareš (2003, s. 274) volbu povolání definují jako proces zahrnující rozhodování o volbě studia nebo přípravy na povolání, konkrétního povolání a celou profesní dráhu člověka. Volba povolání je součástí celkového vývoje osobnosti, v němž hlavní roli hrají rozhodovací procesy.

Tento termín je také používán nejen v souvislosti rozhodování o konkrétním povolání, které by chtěl jedinec v budoucnu vykonávat, také se spojuje s vzdělávací oblastí Výchova k volbě povolání zařazené v základním vzdělávání, ale zahrnuje také výběr střední školy v posledním ročníku základní školy, hledání konkrétního zaměstnání u konkrétního zaměstnavatele a rekvalifikace na jiné povolání.

„Volbu povolání lze chápat jako výběr určité životní dráhy, v níž se odráží jedinci charakteristické rysy sebepojetí a jeho typické osobnostní vlastnosti.“

(Šikulová, Mrázová, Wedlichová, 2007, s. 9)

Strádal (2007, s. 105) uvádí, že neexistují lidé, kteří by se hodili pro jakékoliv povolání, stejně jako nejsou lidé, kteří by se nehodili pro žádné povolání. Každý žák by před tím, než podá přihlášku na střední školu, měl dobře zvážit, jaký druh práce by nejspíš chtěl ve svém budoucím povolání dělat a co by naopak určitě dělat nechtěl. Čeho by ve svém budoucí profesi chtěl dosáhnout, kam míří, co je pro něj důležité. Navíc by měl brát v úvahu, že takto nepřemýšlí naposledy v životě. Před různými rozhodnutími, týkajícími se dalšího vzdělávání a profesního zaměření, stojí většina lidí během svého života mnohokrát.

2.1.2 Profesní orientace

„Hlavním obsahem je utváření a rozvíjení profesního cíle a perspektivy mladého člověka. Zajišťují ji zvláštní odborná zařízení výchovného poradenství, školy, podniky a úřady práce.“

(Průcha, Walterová, Mareš, 2003, s. 181)

2.1.3 Kariéra

může být definována mnoha způsoby, ale jestliže budeme mluvit o „profesní kariéře“, definují ji především sociologové a psychologové a také pracovníci oblasti zabývající se řízením lidských zdrojů.

Podle Pauknerové a kol. ¹(2009, s. 7), tvoří kariéru sled vzestupů, stagnací nebo klesání získaných pracovních zkušeností. Kariéra je výsledkem záměrných rozhodnutí. Také se jí rozumí postup v pracovním zařazení, popřípadě vzestupná dráha vůbec.

Mezi základní charakteristiku kariéry patří, že se týká oblasti vzdělání a pracovních aktivit, její průběh lze hodnotit podle různých kritérií a je možné sledovat její úspěšnost, rozvoj a strukturu.

2.1.4 Pedagogicko-psychologická poradna

Průcha, Walterová, Mareš (2003, s. 159) definují pedagogicko-psychologickou poradnu jako zařízení, které se zabývá poradenskou činností v oblasti výchovy, vývoje a vzdělání dětí a mládeže. Poskytuje služby školám, výchovným poradcům, rodičům a psychologům. Provádí pedagogicko-psychologická vyšetření a pomáhá při kariérové orientaci žáků.

2.1.5 Než zazvoní

Je občanské sdružení, zabývající se výzkumem, komunikační a veřejně osvětové činnosti a také školeními a konzultacemi v oblasti náboru a marketingu středních, základních a mateřských škol. Tato organizace reaguje na velkou poptávku z řad středních škol jak pomáhat při náboru a propagaci.

V marketingu škol vychází z dlouhodobých výzkumů mezi školami, potenciálními uchazeči i širokou veřejností. Toto sdružení pořádá veřejná a individuální školení, vede konzultace, ať už se jedná o jednotlivé úkoly, které se školou lektor vypracuje a připraví (plán kampaně, materiály, web, emaily, den otevřených dveří, výzkumy, data management, rozpočet, prezentace na základních školách). Rovněž nabízí průvodce nábořem, kdy se lektor škoře věnuje pravidelně a s týmem se setkává a dbá na plnění programu kampaně a úkolů.

¹ <http://rpc.vse.cz/wp-content/uploads/2010/10/manual-vs-profesniho-poradce-pracovni-postupy.pdf>

Také dodává nebo zprostředkovává veškeré součásti marketingu školy. Tiskové materiály, weby, sociální sítě, eventy (dny otevřených dveří, burzy a veletrhy, soutěže), internetový marketing, marketingové výzkumy ²(Než zazvoní, 2013).

V praktické části bakalářské práce uvedu srovnání výzkumů této organizace týkající se faktorů ovlivňující volbu střední školy s mými zjištěními z dotazníků žáků prvních ročníků školy, na které učím.

2.1.6 Volba další vzdělávací a profesní dráhy

Jak uvádí Hlad'o, Drahoňovská ³(2012, s. 4), žáci základních škol se rozhodují především o své další vzdělávací dráze. Volí si typ střední školy, obor vzdělání, hledají konkrétní školu, kterou by v budoucnu chtěli studovat. U některých žáků jde i o volbu profesního zaměření. Ta je prováděna výběrem studijního oboru na střední škole. Žáci SOU a SOŠ zvažují, zda chtějí pokračovat ve vzdělávání, nebo zda vstoupí na trh práce. Pro tento proces rozhodování se používá pojem volba povolání nebo kariérové rozhodování.

² <http://www.nezzazvoni.cz/>

³ <http://www.nuv.cz/vystupy/rozhodovani-o-dalsim-studiu>

2.2 Současné postavení středních odborných škol na trhu vzdělávání

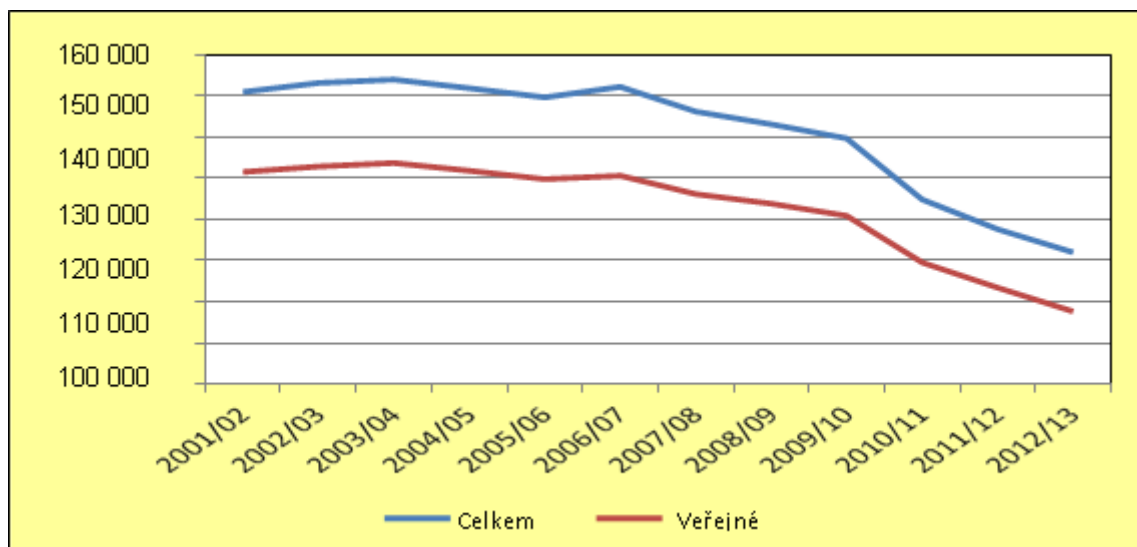
Střední odborné školy fungují na velmi specifickém trhu vzdělávání, kde je velké konkurenční prostředí, což při současném úbytku dětí v populaci představuje pro velké procento škol doslova existenční riziko. Jestliže školy chtějí v tomto prostředí obstát, musí získat co nejvíce potenciálních klientů, tedy žáků a jejich rodičů. Momentální pohled na nabídku a poptávku nutí pracovníky středních odborných škol velmi intenzivně přemýšlet nad přístupem k propagační a náborové činnosti. Ta ovlivňuje počet zájemců o studium. Spoléhat se na to, co ovlivňovalo žáky základních škol včera, nemusí už platit dnes. Dobré jméno školy, výběr střední školy na základě předchozího studia některého z rodinných příslušníků a podobné faktory už dnes nerozhodují. Výběr je velký, žáků málo a konkurenční boj je nekompromisní.

Světlik (2006, s. 33) uvádí, že prostředí dnešních škol není statické, společnost prochází ekonomickými, politickými a sociálními změnami a v tomto daném prostředí musí školy čelit zásadní a nepředvídatelným změnám. Úspěšnou školou může být jenom ta, která bude umět kreativně reagovat na konkrétní dynamiku prostředí, v níž existuje.

*„Pokles počtu nově přijatých žáků (vč. nástaveb) v celkovém pohledu ukazuje obrázek. Je zřejmé, že pokles postihuje jak veřejné, tak soukromé školy. Pokles nově přijímaných od roku 2001/02 do 2012/13 činil u veřejných škol 25,6 %, u soukromých dokonce celých 30,0 %. Prognóza i pro další rok je nepříznivá a postupné přelévání nižších počtů žáků do dalších a dalších ročníků bude mít nepříznivé důsledky na naplněnost škol i potřebu redukce vzdělávací nabídky i v dalších letech.“*⁴(Vojtěch, Chamoutová, 2013)

⁴ <http://www.infoabsolvent.cz/Temata/PublikaceAbsolventi?Stranka=9-0-75>

Obrázek 1 Vývoj počtu žáků 1. ročníků denní formy SŠ (vč. nástaveb)



2.3 Marketing školy

„Marketing školy je proces řízení, jehož výsledkem je poznání, ovlivňování a v konečné fázi uspokojování potřeb a přání zákazníků školy efektivním způsobem zajišťujícím zároveň splnění cílů školy.“ (Světlík, 2006, s. 18)

V dřívějších dobách byl marketing školami často opomíjen. Především organizované řízení a vyšší porodnost umožňovalo školám „vydělávat“ z vyšší poptávky nad vzdělávací nabídkou. V řízení a správě škol došlo k zásadním změnám. Především na ředitele škol bylo přesunuto mnohem více pravomocí.

2.4 Legislativa, která proces volby ovlivňuje

Jako jeden z hlavních důvodů selhávání mladých lidí na trhu práce se ukazuje jejich neodpovědné rozhodování o volbě profese a nízká míra reálně hodnotit možnosti profesního uplatnění na trhu práce. Tato skutečnost vyvolala potřebu připravovat žáky na volbu povolání a přechod do světa práce již na základních školách. Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy proto vydalo Metodický pokyn k zařazení vzdělávací oblasti Výchova k volbě povolání do vzdělávacích programů pro základní vzdělávání.

Změny od roku 2005 s sebou přináší školský zákon (zákon č. 561/2004 Sb., o předškolním, základním, středním, vyšším odborném a jiném vzdělání), který s sebou přinesl velké kutikulární změny, z nichž je nejpodstatnější vyšší autonomie škol při utváření vzdělávací nabídky.

„Středoškolské vzdělávání je v českém vzdělávacím systému poskytováno středními školami všeobecného nebo odborného charakteru a žáci mohou jeho úspěšným absolvováním získat střední vzdělání, střední vzdělání s maturitní zkouškou či střední vzdělání s výučním listem. Všeobecně zaměřené vzdělání zakončené maturitní zkouškou poskytují obory gymnázií a obory lyceí.

V rámci přijímacího řízení ke vzdělávání na středních školách došlo novelizací školského zákona č.472/2011 Sb., ke změně počtu přihlášek na střední školy, a to s účinností od 1. 1. 2012. Oproti předchozím letům tak došlo k omezení maximálního počtu podaných přihlášek ze tří na dvě. Odpovědnost za podání přihlášky nebo přihlášek má zákonný zástupce žáka, případně žák sám, pokud je zletilý.“

⁵ (MŠMT, 2013)

⁵ <http://www.msmt.cz/vzdelavani/skolstvi-v-cr/statistika-skolstvi/vyrocní-zpravy-o-stavu-a-rozvoji-vzdelavani-v-ceske-1>

2.5 Počátek volby další vzdělávací dráhy žáků základních škol

Každý z nás si v dětství prošel představami, čím by chtěl jednou být, až bude velký. Většinou jsou tyto představy spíše nereálné a často přehnané. Chlapci sní o tom, jak z nich budou kosmonauti, kovbojové nebo prezidenti a dívky se vidí jako princezny, baletky nebo chovatelky koní. S přibývajícím věkem, školní docházkou a celou řadou působících vlivů, se tyto představy o budoucí profesi mění.

„E. Ginzber a jeho spolupracovníci provedli v 50. letech 20. století výzkum, na jehož základě vyslovili přesvědčení, že volba další vzdělávací dráhy není jednorázovým aktem, ale dlouhodobým procesem. Již od raného dětství si jedinec na základě různých sociálních podnětů a svých vlastních potřeb ve fantazii představuje, čím bude. Stěžejní část volby další vzdělávací dráhy však trvá od předpubertálního období až do věku přibližně dvaceti let.“

⁶(Hlad'o, Drahoňovská, 2012, s. 6)

Kdy začít přemýšlet nad tím, jakou zvolit další vzdělávací dráhu je velmi problematické, ale zároveň velmi důležité. Hlavně je to důležité pro pedagogy a pro další pracovníky, kteří se zabývají kariérovým poradenstvím, aby vhodně načasovali aktivity, které by měly pomoci racionální a efektivní volbě další vzdělávací dráhy.

V polovině deváté třídy, kdy jsou žáci postaveni před skutečnost odevzdat přihlášky na střední školy, by měli být rozhodnuti, jakou profesní cestou se vydají.

„Jedním z úkolů puberty je dosažení nové přijatelné pozice, a tím potvrzení určité jistoty.“

(Vágnerová, 2000, s. 210-211)

⁶ <http://www.nuv.cz/vystupy/rozhodovani-o-dalsim-studiu>

Podle Langmeiera a Krejčířové (1998, s. 154) je až do začátku pubescence budoucí povolání předmětem představ, které neberou ohled na vlastní schopnosti, ani na požadavky práce. Děti se zaměří na to, čím by chtěli být, ale to, čím by skutečně mohli být, je moc netrápí. Až kolem 11 roku života si začíná dítě uvědomovat své schopnosti, podmínky přijetí na školu, bere na zřetel svůj prospěch a pracovní činnost a porovnává je se svými přáními a představami.

Volba další vzdělávací dráhy je českými žáky uskutečňována v posledním ročníku základní školy, tedy v devátém ročníku. Psychologové zabývající se kariérovým vývojem člověka se shodují, že žáci ještě nejsou pro zodpovědnou volbu dostatečně zralí.

Hlad'o (2010, s. 93-100) analýzou vývoje identifikoval dílčí etapy rozhodování a úkoly, které byly v jejich rámci řešeny. Vypracoval **sedmifázový model průběhu volby další vzdělávací dráhy žáků** (viz obr. 2)⁷.

Fáze 1 – Orientace na volbu další vzdělávací dráhy a definování životních cílů

V této fázi dochází u žáků k uvědomění si, že se blíží konec povinné školní docházky a nutnost zabývat se rozhodnutím o další vzdělávací dráze. K počátku rozhodovacího procesu nedocházelo u žáků samovolně, ale byli nutné stimuly, činitelé a okolnosti, které iniciovali uvažování o další vzdělávací dráze. Těmito stimuly jsou primárně rodiče, aktivity základní školy realizované v rámci formálního kurikula, aktivity organizované základní školou, třídní učitelé, výchovní poradci a další pedagogové školy. Specifickým stimulem volby bylo plánování vlastní budoucnosti (nejčastěji na konci 8. nebo na začátku 9. ročníku ZŠ).

Fáze 2 – Zjišťování všeobecných informací, sebepoznávání a sebehodnocení

Tato fáze představuje zjišťování všeobecných informací o sféře vzdělávání a světa práce. Žáci se seznamují s vzdělávacím systémem, typem středních škol, obory vzdělání, poznávání vybrané profese, požadované vzdělání, osobnostní a zdravotní požadavky k jejich vykonávání. Součástí této fáze je také proces sebepoznávání a sebehodnocení, dochází i k posuzování zájmů, schopností, dovedností a vědomostí, zdravotního stavu.

Fáze 3 – Rozhodování o typu střední školy a oboru vzdělání

⁷ http://vzdelavani.unas.cz/rozhodovani_volba_povolani_stredni_skoly.pdf

Rozhodování je v této fázi založeno na bilancování zájmů, zaměřenosti předpokladů a vyhraněnosti představ o budoucnosti a dalších faktorech. Rodina je v této fázi spíše zdrojem široké orientace na určitý obor prostřednictvím informací a zkušeností, které svým potomkům předává.

Fáze 4 – Vyhledávání konkrétních vzdělávacích institucí

Podstatou čtvrté fáze je vyhledávání konkrétních škol, které odpovídají stanovenému typu střední školy a vyučují zvolené obory vzdělání. Informační zdroje, ze kterých žáci především čerpají, jsou: tištěné katalogy SŠ, on-line databáze SŠ a burzy SŠ. Ze škol, které odpovídají kritériím a představám žáka a je jimi sestaven preferenční seznam středních škol.

Fáze 5 – Zjišťování podrobných informací o možných alternativách

V této fázi dochází k podrobné analýze zvažovaných institucí. K zjišťování podrobnějších informací o škole, podmínkách studia slouží žákům oficiální internetové stránky škol. K osobnímu seznámení se školním prostředím a pedagogickým sborem žáci nejčastěji využívají dny otevřených dveří na školách. Žáci obvykle navštěvují více škol a následně je mezi sebou porovnávají.

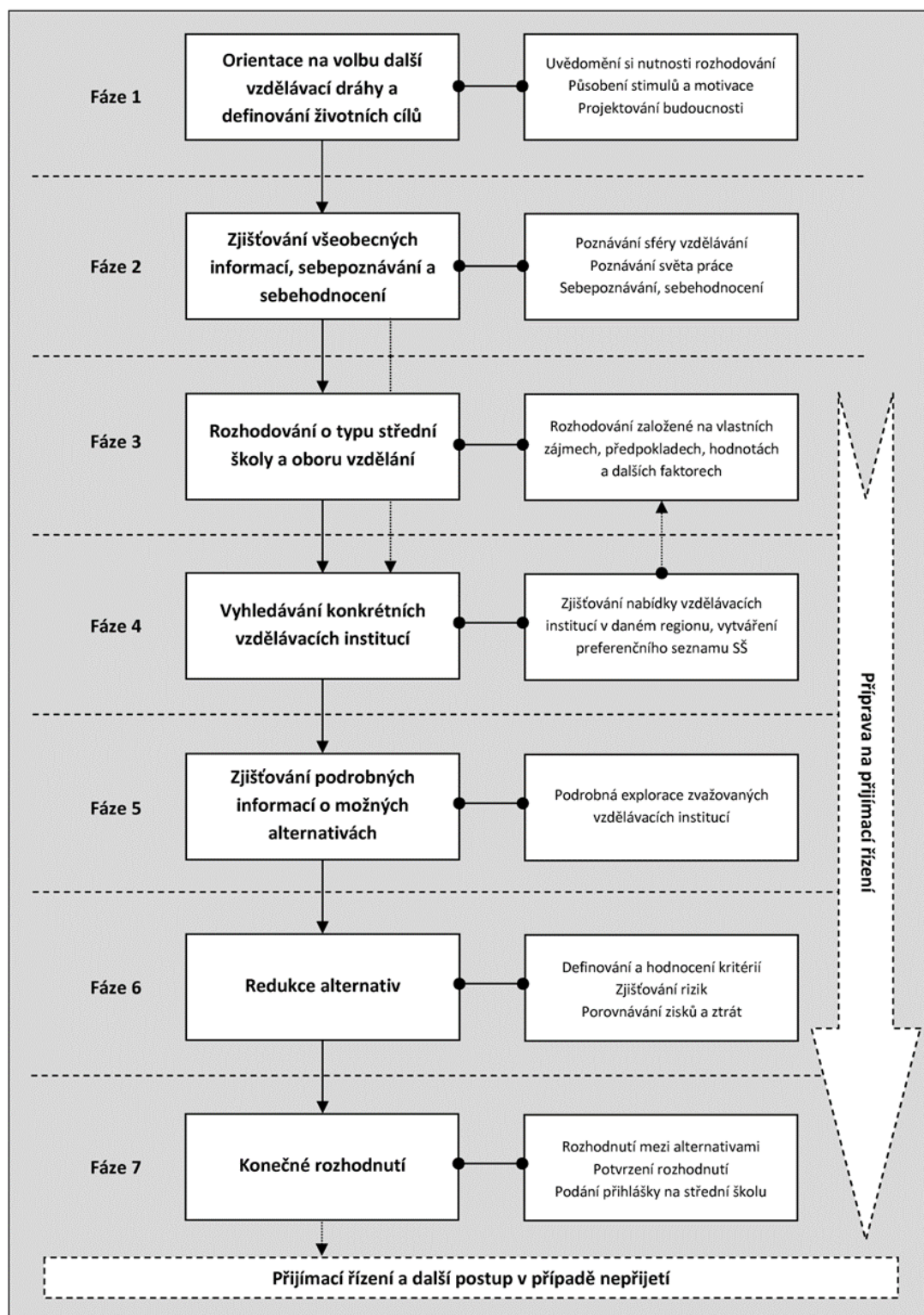
Fáze 6 – Redukce alternativ

K šesté fázi, žáci přecházejí přibližně od počátku druhého pololetí 9. ročníku. V tuto dobu dochází ke kritickému uvažování o různých alternativách a výběru mezi nimi. Žáci si definují kritéria, která byla důležitá pro přijatelnou volbu vzdělávací instituce. Jak při přemýšlení o typu střední školy a oboru vzdělání, tak i konkrétních škol jsou žáky posuzovány podmínky přijímacího řízení.

Fáze 7 – Konečné rozhodnutí

Tato fáze představuje konečné rozhodnutí mezi zvažovanými variantami.

Obrázek 2 Sedmifázový model průběhu volby další vzdělávací dráhy u žáků (podle Hlad'a)



2.6 Kdo by měl rozhodovat o volbě další vzdělávací dráhy žáka základní školy

„Pokud by bylo rozhodování ponecháno pouze na žákovských preferencích, bez korekce rodičů, pravděpodobně by konečné rozhodnutí žáka nebylo zcela racionální a z dlouhodobého hlediska by mohlo vést ke školní neúspěšnosti či nespokojenosti se zvolenou vzdělávací nebo profesní dráhou.“⁸ (Hlad'o, Drahoňovská, 2012, s. 11)

Jedinci v období dospívání nejsou do života natolik připraveni, aby se byli schopni samostatně rozhodnout o konkrétní profesi, respektive o střední škole. Přestože žáci o své budoucnosti často přemýšlí, tak navzdory důležitosti tohoto budoucího rozhodnutí, nejsou schopni o ní přemýšlet s dostatečnou intenzitou a ve svých rozhodnutích nejsou pevní. Touhy a plány o své vlastní budoucnosti se během dospívání velmi mění, je mnoho faktorů, které myšlenky na další vzdělávací dráhu ovlivňují.

Hlavní rizika volby další vzdělávací a profesní dráhy dnešních patnáctiletých žáků podle Hlad'a a Drahoňovské vyplývají především z jejich nepřipravenosti pro toto rozhodování. Za nepříznivé faktory patří:

- a) malá informovanost o světě práce
- b) neznalost vzdělávacího systému
- c) neschopnost sebepoznání
- d) zaměření pouze na bezprostřední cíle
- e) absence životních plánů

U žáků základních škol je samostatné rozhodování o vzdělávací dráze založené na racionální bázi možné pouze při kvalitní a dostatečné přípravě ve škole. Tato příprava by měla žáky naučit poznávat a znát základní principy kariérového rozhodování, vlivy ovlivňující volbu další vzdělávací dráhy, schopnosti využívat poradenské činnosti, orientovat se v možnostech vzdělání a sebepoznávání ⁹(Hlad'o, Drahoňovská, 2012, s. 11).

⁸ <http://www.nuv.cz/vystupy/rozhodovani-o-dalsim-studiu>

⁹ <http://www.nuv.cz/vystupy/rozhodovani-o-dalsim-studiu>

Žák ve spolupráci s rodiči, základní školou nebo pedagogicko-psychologickou poradnou dlouhodobě zvažuje, která škola a jaký obor (zaměření) jsou pro něj to nejlepší. Při tomto procesu je nutno zohledňovat nejen schopnosti a dovednosti žáka, jeho zájmy, ale i pozdější uplatnění na trhu práce a také i finanční ohodnocení. Důležité je při tomto rozhodování brát v zřetel i prospěch na základní škole a také zdravotní stav.

2.7 Faktory ovlivňující volbu střední školy

České i zahraniční výzkumy potvrzují, že se do rozhodování žáků při přechodu mezi nižším a vyšším sekundárním vzděláváním promítá celá řada objektivních i subjektivních faktorů a kritérií (srov. Hlad'o, Balcar 2012; Hlad'o, 2010; Walterová, Greger et al. 2009; aj.).

Volbu profesní orientace ovlivňuje mnoho faktorů. Ty, které patří mezi nejdůležitější, můžeme rozdělit do tří základních skupin:

1) Faktory individuální

Mezi tyto faktory zahrnují vloh, schopnosti, vlastnosti, zkušenosti, životní hodnoty a zájmy žáka. Některé z nich jsou vrozené, část získává žák ve vzájemném působení s prostředím, v němž žije.

2) Faktory sociální

Tyto faktory jsou vytvářeny nejbližším okolím žáka. Rodiče, rodina, kamarádi, vrstevníci si vytvářejí očekávání vůči žákovi, kterým on chce dostát, aby zachoval dosavadní vztahy. V těchto očekáváním jsou odraženy charakteristiky žáka, ale také charakteristiky člověka, který toto očekávání vytváří.

3) Faktory kulturní

Ty představují působení norem, hodnot a kulturních vzorců prostředí, ve které žák žije.

(Šikulová, Mrázová, Wedlichová, 2007, s. 7-9)

2.7.1 Individuální faktory

Rozhodnutí žáka

Velmi důležitou oblastí při volbě další vzdělávací dráhy je uvědomování si zaměřenosti své osobnosti, vlastní seberealizace a pojetí sebe sama. Poznatky o osobnosti jsou hlavním tématem psychologie, a je definován a jako celek duševního života člověka. Další definice mluví o vlastnosti a schopnostech člověka, respektive povahou a zároveň co člověk umí a k čemu má předpoklady.

Pokud má dospívající jedinec dobrý školní prospěch na základní škole, je to pro něj důležitý předpoklad pro výběr střední školy. V podstatě zde platí, že čím lepší známky student má, tím větší množství středních škol si může volit. Dospívající více než kdo jiný usiluje o dosažení identity, která by jej odlišovala od ostatních lidí (Vágnerová, 2000, s. 225).

Sebehodnocení

dospívajícího není závislé pouze na názoru druhých, začíná se řídit častěji svým vlastním rozumem, přesto však není lhostejný vůči názorům svého okolí. Na základě toho, jak je vnímám svými vrstevníky, jak je hodnocen rodiči, se formuje i jeho hodnocení sebe sama. Skutečnost, že je v tomto období ostatními vnímán a s různou intenzitou uznáván, mu pomáhá vytvořit si identitu. Objektivní sebepoznání je důležitým faktorem pro správnou volbu povolání. Každý žák by měl uznat, jaké jsou jeho vědomosti a dovednosti a měl by znát i své osobnostní předpoklady. Každý nemůže vykonávat jakékoliv povolání a proto je v tomto období důležité uvědomit si i svá omezení. Mladý člověk by se měl naučit stanovit si reálné cíle, ale také řešit problémy, které ho při dosahování cílů potkají.

Volba povolání a s ní související a předcházející volba střední školy je prvním velkým a důležitým rozhodováním v životě mladého člověka. Je to jakási pomyslná brána do světa dospělých, avšak ne všichni žáci ukončující základní školu si významnost této volby uvědomují.

Zájmy

Velmi důležitým aspektem při výběru střední školy je ujasnit si své schopnosti, dovednosti a zájmy, ale také naučit se tyto předpoklady pro danou profesi v sobě podporovat a rozvíjet. Ne všechny zájmy pubescenta mají přímý vztah s budoucím povoláním, ale některé mohou být dobrým odrazovým můstkem.

Mezera (2008, s. 70) vysvětluje, že jedinec nachází zalíbení v něčem, co dělá dobře, a naopak, dělá dobře to, co se mu líbí a co ho skutečně baví. Význam zájmů je podceňovaný, přitom je to jeden z nejdůležitějších faktorů úspěšné volby povolání.

Velký vliv na zájmy žáka má prostředí, ve kterém vyrůstá. Zejména působení rodičů, kteří vedou své dítě k rozvoji volnočasových aktivit a koníčků.

K poznání, které schopnosti, dovednosti a zájmy ovlivňují výběr budoucího povolání, slouží tyto metody:

1. **Rozbor školních výsledků** – v jakých předmětech je žák úspěšný a jak dovede své schopnosti a dovednosti uplatnit a jak se konečný profil nejlépe shoduje s kterým typem školy či povoláním.
2. **Analýza zájmů** – jaké schopnosti a dovednosti žák nejvíce uplatní při činnostech ve volném čase
3. **Testy studijních předpokladů, testy znalostí, osobnostní a zájmové dotazníky**
4. **Rozhovory** – s těmi, kteří mohou žákovi poskytnout rady, jak jeho schopnosti, dovednosti a zájmy využívat a jak nejlépe je rozvíjet. Důležité je získat informace od profesionálů, kteří pracují v daném oboru.

2.7.2 Sociální faktory

Rodina

Nepopiratelný vliv na život jedince má bezesporu jeho rodina. Rodina nás vychovává, předává nám svoje postoje, názory, hodnoty a utváří naší osobnost. Také vliv na volbu budoucí vzdělávací dráhy a povolání není nikde větší, než ze strany rodiny. A to i v případech, kdy rodina není zcela funkční a výchova dítěte je zajištěna pouze jedním z rodičů. I tak dnešní doba klade neustále velký důraz na důležitost rodiny. Otázka je, proč

členové rodiny spolu netráví tolik času jako dřív a svou individuální osobnost rozvíjí především v zaměstnání a koníčcích.

Vývoj rodiny a výchovy v rodině prošel obrovským rozvojem. Rodiče přešli od fyzických trestů a tvrdé výchovy k příliš volné výchově až hraničící s nezájmem. Nemá-li se společnost zbortit, potřebuje jasně určená pravidla. Tak jako v každém státě určuje pravidla vláda, tak v rodině to musí být rodiče, kdo stanoví přesně dané hranice osobní autonomie a způsoby prosazující individuální zájmy (Matoušek, 2003, s. 181-184).

Podle Hlad'a a Balcara ¹⁰(2012, s. 550-559) je volba střední školy ovlivňována funkčností rodiny, vzájemnými vztahy a komunikace v rodině, emociální podporou a vzory v rodině, podporou ze strany rodičů a celkově vlivy okolí. Také se musí brát v úvahu schopnosti žáka, jeho profesní předpoklady a kritéria. Rozhodování o dalším vzdělávání žáci dělají na základě kompromisů mezi osobními přáními, cíli, zájmy, schopnostmi, vnějšími vlivy vzdělávacího systému a následnou prací. Průběh i konečná podoba je ovlivněna působením sociálního okolí a především rodičů.

„Žáci uvádějí rodinu a především rodiče jako nejvýznamnější faktory působící na jejich rozhodování“ ¹¹(Hlad'o, 2010).

Rodiče

Rodiče mají největší vliv na formování osobnosti dítěte a dávají mu základ pro celý život. Podle Matouška (2003, s. 193) je hlavním ukazatelem funkčnosti rodiny emoční uspokojení dětí a emoční spokojenost manželů. Podle Matouškovy studie mají děti vychovávané jedním z rodičů horší školní výsledky, víc psychických, ale i zdravotních problémů než děti, jež jsou vychovávány oběma rodiči.

Studie P. Hlad'a ¹²(2010) vypovídá, že hraje významnou roli socioekonomický status (vzdělání rodičů, jejich povolání, kvalifikace a prestiž, které v životě dosáhli) a kulturní kapitál rodiny. Dalšími proměnnými ve volbě další vzdělávací dráhy je struktura rodiny a její velikost, protože každý člen rodiny při kariérovém rozhodování žáků má jinou míru

¹⁰ <http://dx.doi.org/10.5817/PedOr2012-4-544>

¹¹ http://vzdelavani.unas.cz/rozhodovani_volba_povolani_stredni_skoly.pdf

¹² http://vzdelavani.unas.cz/rozhodovani_volba_povolani_stredni_skoly.pdf

aktivitu a také v něm zastává jinou úlohu. Neméně také působí chování rodičů, styl výchovy, rodičovská péče a vzory, které v rodině dítě může mít.

Podle zjištění Trhlíkové ¹³(2008, in Hlad'o, Balcar, 2012, s. 553), volbu střední školy ovlivňuje z velké části vzdělání rodičů. „*Děti rodičů, jež vystudovaly střední odborné učiliště, si méně často volí studium na gymnáziu a naopak častěji volí školu s odborným zaměřením. Děti vysokoškolsky vzdělaných rodičů naopak preferovaly gymnázium.*“

Rodiče žáky provází celým životem a předávají jim své životní zkušenosti, ale i znalosti z oblasti vzdělávacího systému a světa práce. Rodiče svým dětem musí podrobně vysvětlit, jaké má která střední škola požadavky na určité obory vzdělání, co obnášejí jednotlivá povolání, porovnávají je s potenciálem a osobností dítěte. Avšak mnohdy může docházet ke zkreslování informací rodiči, převážně na základě subjektivních hledisek. Často se může stát, že rodiče své děti přeceňují, ale mnohdy spíše podceňují a podle toho i volí z nabídky středních škol.

Matka

Zájem o to, jak si dítě vede ve škole spolu s podporou v průběhu školní docházky, úzce souvisí s péčí o dítě již od kojeneckého věku. Ukazuje se, že investice matky do vzdělání dítěte má větší vliv, než podpora od otce. V otázkách kariérového rozhodování vyhledávají žáci častěji matky, než otce. Vysvětlení lze nalézt především v množství a sociální povaze času, který děti s jednotlivými rodiči tráví. Tento fakt samozřejmě úzce souvisí s tradiční mateřskou rolí.

Sama mám z praxe zkušenost, že žáky nejčastěji doprovází na náborové akce typu veletrhy a výstavy středních škol, dny otevřených dveří apod. pouze matka, popřípadě oba rodiče, ale matky jsou vždy aktivnější v zjišťování podrobnějších informací.

¹³ <http://dx.doi.org/10.5817/PedOr2012-4-544>

Kamarádi

„Mladiství se učí ve vzájemné komunikaci s osobami různých názorů a vlastností plnit různé role vedeného i vedoucího. Učí se prosazovat svůj názor a také ho korigovat, řešit konflikty, diskutovat, argumentovat, vyjednávat, sjednávat kompromisy, bránit se a vyrovnávat se s prohrami“ (Čáp, Mareš, 2001, s. 279).

Mladí lidé tráví se svými vrstevníky většinu času. Bohužel tomuto faktu nepřispívá kontakt v mimoškolní čas, ale můžeme tomuto faktu poděkovat především technice. Kontakt přes mobilní telefony a počítače je pro mnohé i existenciální nutnost a mnohdy hraničí i se závislostí. Během dospívání a především v období puberty jedinci upřednostňují informace, názory a norem svých vrstevníků před názory dospělých a rodičů. Také volba střední školy je tímto faktem velmi ovlivněna. Prakticky v každé třídě najdeme žáka, kterého „inspiroval“ (jak pro školu, nebo obor) jeho spolužák ze ZŠ nebo kamarád. Někdy se můžeme sejít i s případy, kdy se žák rozhodl pouze na základě důležitosti přátelství a nemá jiné důvody, proč si obor vybral.

Podle Vágnerové (2000, s. 249) je *„potřeba přátelství v dospívání“ velmi silná. Přátelský vztah poskytuje možnost sdílet různé vnitřní názory a životní zkušenosti. Zjištění, že jiný člověk si může myslet a pociťovat totéž, mladistvým pomáhá lépe se vyrovnat s nejistotou vlastních pocitů a názorů.“*

Učitelé a kariéroví poradci

Mezi nejdůležitější poslání každého učitele patří vyučovat, vychovávat, být svým žákům vzorem a modelem, podle kterého si žák vytváří úsudky o něm. Do výchovné složky patří jednoznačně výchovné poradenství, kdy učitel pomáhá dětem při řešení osobních problémů nebo při rozhodování, jakým směrem dál povedou svůj život.

Výborní žáci základních škol si podávají přihlášku a nastupují většinou na gymnázia s předpokladem, že po jeho absolvování nastoupí na vysokou školu. Odkládají tak rozhodování o oboru, který budou studovat o čtyři roky, na dobu, kdy dosáhnou dospělosti. Problémem výběru gymnázia, může být v případě neabsolvování následného studia na vysoké škole jen vzdělání středoškolské, bez oborové příslušnosti. Tito absolventi mají podle mého názoru největší problém s uplatněním se na trhu práce než většina absolventů střední odborné školy.

Nejčastěji premianti a výborní žáci si volí po základní škole gymnázia. Průměrný nebo slabší žák však ve věku patnácti let rozhoduje o svém pracovním životě, který přijde brzo. Tato volba je pro něj velmi náročná. Mnohdy sám žák nemá vůbec žádnou představu, jakou profesi by mohl, nebo by chtěl v budoucnu vykonávat. To, že například rád hraje počítačové hry, mu volbu budoucího povolání nijak neulehčí. K rozhodnutí pak stačí jen maličkost. Mnohdy žáka ovlivní to, jakou školu si vybral spolužák, jakou profesi dělá někdo z rodiny, nebo i třeba co vidí v médiích. To je i příklad žáků chemických oborů. Ne jednou jsem od svých žáků slyšela, že je k oboru inspirovaly kriminalistické seriály. Dnešní generace je vedena v demokratickém duchu, očekává se od ní sebevědomý názor a ten bývá respektován. Bohužel stále z velké části se ale setkáváme na středních školách s žáky, za které při volbě oboru rozhodli pouze rodiče, většinou z důvodu pasivního přístupu žáků k plánování své profesní budoucnosti.

Žáci prvního stupně základní školy se setkávají s kariérovým poradenstvím jen opravdu výjimečně. Je spíše zaměřené na žáky ve vyšších ročnících druhého stupně. Toto poradenství ne vždy splňuje roli, kterou by mělo splňovat. Počínaje vzdělávací oblastí Výchova k volbě povolání, kdy učitelé tuto problematiku nahrazují spíše organizačními záležitostmi v „třídnických hodinách“ až po nedostatečnou pomoc ze strany výchovných poradců. Často toto poradenství dělá učitel, který činnost výchovného (kariérového) poradce vykonává mnohdy „okrajově“. Na poradenství mu nezbyvá tolik času, kolik by na tuto činnost potřeboval, nebo chtěl. I z osobního kontaktu s těmito pracovníky vím, že by si tak důležitá oblast jako je kariérové a výchovné poradenství na ZŠ zasloužila pedagoga, který by se této činnosti mohl věnovat na 100%.

„Na základě analýz výzkumů lze konstatovat, že žáci řadí vliv učitelů a poradenských pracovníků obvykle za rodinu nebo vrstevníky a jejich pomoc hodnotí jako méně přínosnou. Přes tato zjištění je podpora ze strany učitelů pro žáky důležitá, neboť společně s rodiči působí na formování vzdělanostních a profesních aspirací. Poněvadž žáci tráví ve škole velké množství času, učitelé a kariéroví poradci mají značný potenciál, aby se stali klíčovým zdrojem informací, rad a pomoci.“

(Hlad'o, 2012, s. 112)

2.8 Informační zdroje a jejich efektivita

Hlad' o, Drahoňovská ¹⁴(2012, s. 20) uvádí, že „*dostatek informací, jejich relevantnost, dostupnost a srozumitelnost jsou klíčovými předpoklady úspěšné volby další vzdělávací a profesní dráhy*“

Hlad' o a Drahoňovská rozdělují zdroje, z kterých žáci základních škol čerpají informace na formální a neformální.

Formální zdroje, které mají institucionální podobu, poskytují informace objektivní. Z těchto zdrojů se využívají např. časopisy, noviny, databáze vzdělávacích institucí, internetové stránky, dny otevřených dveří, školní nástěnky a informace na nich apod. Kdežto neformální zdroje zprostředkovávají informace založené na subjektivní bázi a patří mezi ně rodiče, sourozenci, kamarádi, spolužáci a další osoby blízké i vzdálenějšího sociálního okolí žáka ¹⁵(Hlad' o, Drahoňovská, 2012, s. 20).

2.8.1 Informace poskytnuté střední školou, kam se žáci chtějí hlásit

Nejvýznamnějším pomocníkem žákům základních škol a jejich rodičům jsou jednoznačně informace, které jim poskytne střední škola, kam se chce potencionálně žák přihlásit. Způsobů, jak získat o škole, kam si žák chce podat přihlášku je velmi mnoho a každá škola neustále pracuje na dalších a dalších možnostech, jak veřejnost oslovit a prodat o sobě co nejvíce informací. Ať informace podané tištěnou formou, tak v posledních letech víc a více upřednostňovaná elektronická podoba je zajisté velmi účinná, není však nad osobní kontakt se zástupci školy.

Náborové akce jako jsou **veletrhy a burzy středních škol** jsou jedním z prvních kontaktů dětí, rodičů a střední školou. Na tuto prezentační akci škol přichází žáci osmých a devátých tříd především v doprovodu svých rodičů, ale často také s učiteli základních škol, kteří je sem doprovází se zájmem pomoci dětem, udělat si o středních školách a především oborech přehled. Na těchto náborových akcích jsou většinou na stáncích zástupci středních škol, kteří jsou připraveni zájemce informovat o všech oborech, které jejich škola nabízí. Spolu s nimi

¹⁴ <http://www.nuv.cz/vystupy/rozhodovani-o-dalsim-studiu>

¹⁵ <http://www.nuv.cz/vystupy/rozhodovani-o-dalsim-studiu>

jsou tu i žáci dané střední školy, kteří byli předem osloveni a seznámeni činnostmi, které na stánku budou vykonávat a informacemi, které budou zájemcům poskytovat. Žáci často předvádějí ukázky praktických činností, které se naučili především v předmětech odborný výcvik a praktická cvičení. Bohužel se zde čím dál častěji setkáváme s nešvarem některých škol, že si svoje žáky na veletrh berou pouze jen jako figuranty, stojany a „rozdávачe“ letáků. Co se týče zástupců střední školy, bývají jimi nejčastěji učitelé nebo nepedagogičtí pracovníci, kteří jsou nábořem přímo pověřeni vedením školy. Kvalitní prezentace školy na veletrhu motivuje žáky a jejich rodiče k návštěvě dnů otevřených dveří, na které si zájemci přicházejí s odstupem několika dnů až týdnů po veletrhu pro doplňující informace.

Z vlastní zkušenosti vím, že rodiče a žáci navštěvují veletrhy středních škol již s jasnou představou, od kterých škol budou chtít informace o vybraném oboru. Tuto představu si většinou udělají po předem zjištěných informacích z jiných zdrojů (letáky, internet, doporučení ze základní školy aj.). V některých případech je důvod jejich návštěvy veletrhu nebo výstavy ten, že nemají představu o škole a oboru a věří, že tato akce jim naskytne inspiraci. Žáci i rodiče velmi vítají, že se jim zástupci střední školy věnují s maximální pečlivostí a vstřícností.

Prezentace školy na tomto typu akcí by měla zahrnovat nejenom poutavou výstavní plochu, ale i zprostředkování přehledných, ale zároveň podrobných informací žákům a jejich rodičům.

Dny otevřených dveří navštěvují žáci nejčastěji v doprovodu svých rodičů, prarodičů nebo sourozenců, ale také často společně se svými spolužáky. Tyto návštěvy představují především jedinečnou příležitost, jak se žáci a jejich rodinní příslušníci mohou osobně seznámit s prostředím a atmosférou školy, pedagogickým sborem a všemi informacemi týkající se studia příslušného oboru ¹⁶(Hlad'o, Drahoňovská, 2012, s. 23).

Jestliže žák a jeho rodina přistupuje k volbě další vzdělávací dráhy zodpovědně, navštíví svoji budoucí školu během dne otevřených dveří. Organizace takového dne je na mnohých středních škol shodná. Zástupci školy provádějí návštěvníky v prostorách školy a podávají jim podrobné informace o podmínkách studia, přijímacím řízení, vyučovaných

¹⁶ <http://www.nuv.cz/vystupy/rozhodovani-o-dalsim-studiu>

vzdělávaných programech, předmětech, specifických oboru aj. Žáci a jejich rodiče mají možnost seznámit se s některými vyučujícími a zástupci vedení, ale také se mohou podívat na učebny teoretické, ale i praktické výuky. Dny otevřených dveří mohou navštívit i celé skupiny tříd ze základních škol, v doprovodu svých učitelů. V těchto případech má střední škola možnost se na tuto návštěvu připravit (z pravidla předchází objednání těchto tříd) a např. připravit pro žáky ukázky praktických činností v dílnách, laboratořích apod.

Jak veletrhy středních škol, tak dny otevřených dveří mají nespornou výhodu v tom, že žáci i rodiče získají okamžitě odpověď na všechny své otázky související s možností přijetí i průběhu studia jimi vybraného oboru. Většinou rodiče i touto formou doplňují a zpřesňují informace získané z jiných zdrojů (např. letáky, internet, veletrh středních škol apod.). Tímto způsobem zjišťují podrobné a konkrétní údaje, potřebné pro rozhodování, zda přihlášku na školu podat, nebo ne.

Většina škol pořádá dny otevřených dveří pravidelně. Dny konání této akce je obvykle s velkým předstihem zveřejněn na internetových stránkách, nebo zájemci dostávají pozvánku na prezentačních akcích, které dnům otevřených dveří předcházejí.

2.8.2 Informace získané z internetu

Internet je v dnešní době hlavním zdrojem informací v běžném životě, není tomu tedy jinak i při hledání informací o středních školách.

Žáci většinou využívají ty informační zdroje, o kterých se dozvědí zejména ve škole. Platí zde, že jaké informační zdroje používá výchovný poradce či učitel předmětu „Člověk a svět práce“ při výuce (včetně internetových aplikací), takové zdroje pak využívají i žáci, když vyhledávají informace o možnostech svého dalšího působení. Škola se tak jeví jako rozhodující činitel zejména v poskytování orientace v záplavě informací, které zejména na internetu na zájemce čekají.¹⁷

¹⁷ <http://www.infoabsolvent.cz/Rady/Clanek/7-4-05>

Podle Hlad'a a Drahoňovské ¹⁸(2012, s. 24) zájemci o studium na střední škole nejčastěji vyhledávají informace o středních školách a jejich ucelený přehled především z internetových zdrojů jako např. Atlas školství, Informační systém o uplatnění absolventů škol na trhu práce (ISA), dále Středníškoly.cz, Integrovaný portál MPSV a další.

Tyto internetové stránky navštěvují především žáci a jejich rodiče, kteří nemají o typu školy a oboru příliš velkou představu a hledají školu pouze podle základního členění, jako je místo bydliště a typ střední školy (SOU, SOŠ, Gymnázium,...) a rozdělení oborů na studijní, technické, čtyřleté ukončené maturitou, nebo tříleté s výučním listem apod.). Jestliže jsou představy o střední škole a oboru pro zájemce o studium jasnější, vyhledávají specifické informace o vzdělávacích institucích přímo na oficiálních internetových stránkách školy.

Žáci ve větší míře než kdy dříve vyhledávají informace o vybraném oboru vzdělání na oficiálních stránkách vzdělávací instituce. Internetová prezentace školy je vizitkou a prostředkem, jímž vypovídá široké veřejnosti sama o sobě. Tento druh prezentace se u jednotlivých škol liší množstvím poskytovaných informací, podrobností, přehledností a aktuálností. Podle Hlad'a a Drahoňovské ¹⁹(2012, s. 20) jsou internetové stránky školy jedním z nástrojů pro zvýšení konkurenceschopnosti při získávání uchazečů o studium.

Kromě těchto internetových zdrojů žáci vyhledávají internetové servery, které jim poskytnou informace o přijímacích zkouškách, jak postupovat při podávání přihlášky na střední školu, ale i internetové stránky, kde si žáci mohou vyzkoušet testy, jejichž výsledky je nasměrují v případech, kdy mají představu o škole, oboru a budoucím povolání zcela nejasnou.

Dnešní doba dovoluje zájemcům o studium na střední škole najít i takové informace, které především osloví žáky, než jejich rodiče. Natočená videa a pořízené fotografie např. z výletu nebo lyžařského výcviku a pak vložené studenty studující již vybranou střední školu na oficiální stránky školy, nebo využití sociálních sítí jsou dnes bezbřehé.

¹⁸ <http://www.nuv.cz/vystupy/rozhodovani-o-dalsim-studiu>

¹⁹ <http://www.nuv.cz/vystupy/rozhodovani-o-dalsim-studiu>

Z informačních internetových portálů využívají žáci zejména **www.atlasskolstvi.cz**, **www.stredniskoly.cz** a **www.infoabsolvent.cz**. Současně však značný počet žáků základních škol nezná tyto informační portály.

Za důležité informace, které potřebují k rozhodování o své budoucí dráze, považují žáci většinou informace o obsahu studia, o možnostech uplatnění, o šancích se na zvolenou školu dostat, o náročnosti studia.

2.8.3 Rodiče a členové rodiny jako zdroj informací při profesním rozhodování žáků

*„Rodiče jsou pro žáky velmi důležitým informačním zdrojem. Informace pro volbu střední školy poskytnuté od rodičů žákům pomáhají téměř 8krát více než informace poskytnuté od spolužáků nebo kamarádů.“*²⁰(Hlad'o, Drahoňovská, 2012, s. 25)

Představy o různých povoláních mohou být u dospívajících velmi zkreslené. Rodiče by měli pohled na jednotlivé profese usměrňovat, měli by své dítě informovat o výhodách a nevýhodách konkrétních profesí. Nejde pouze o volbu, která se váže pouze na přítomnost, ale vztahuje se na budoucí možnosti a uplatnění v konkrétním pracovním oboru. Rodiče mohou mít odlišné představy, názory a mohou hájit odlišné budoucí cíle svého dítěte, přesto mají podstatně více životních zkušeností, vybírají mnohdy odlišné strategie a využívají jiné zdroje informací. Rozhodování by mělo probírat ve vzájemném dialogu a spolupráci a na tento proces by si měli vyčlenit víc času. Přesto se do celkového a konečného rozhodnutí vědomě nebo nevědomě promítají sny a nenaplněná přání rodičů. Přejí si, aby jejich potomek dosáhl lepšího vzdělání a posléze pracovního uplatnění, než se povedlo jim samotným.

Při volbě střední školy jsou žáci z velké části ovlivněni vzory, jak osobnostními, tak profesními. Ať už jsou zastoupeni v podobě rodičů, nebo jiných rodinných příslušníků, dokážou žáka motivovat při volbě střední školy, tak i nabídnout pomocnou ruku i v průběhu studia. Informace pro volbu další vzdělávací dráhy poskytnuté od rodičů žákům pomáhají více než informace poskytnuté od spolužáků nebo kamarádů, základní školou, kterou žáci studují, a úřadem práce nebo pedagogicko-psychologickou poradnou²¹(Hlad'o, Drahoňovská, 2012, s. 30).

²⁰ <http://www.nuv.cz/vystupy/rozhodovani-o-dalsim-studiu>

²¹ <http://www.nuv.cz/vystupy/rozhodovani-o-dalsim-studiu>

Aby rodiče mohli být svému dítěti v době volby střední školy dobrými rádci, měli by znát jeho osobnost, schopnosti a dovednosti. Problémem bývá, že rodiče v mnoha případech mají o svém potomkovi vyšší mínění, než jaká je skutečnost, anebo naopak jsou nekritičtí a neschopní vysvětlit, proč by se jejich dítě mělo raději ucházet o jiný obor. Rodiče by s ním měli více hovořit a společně s ním hledat odpovědi na otázky, které je důležité si před rozhodnutí výběru školy položit. Těmito otázkami by měli být například:

- Jaké má dítě vědomosti, dovednosti a zájmy?
- Je zaměřeno humanitně nebo technicky?
- Má organizační schopnosti?
- Co naplňuje jeho volnočasové aktivity? Co dítě nejvíc baví?
- Nakolik je pečlivé, disciplinované a trpělivé a jak dokáže řešit problémy?
- Je introvert nebo extrovert?
- Je manuálně zručné pro vybraný obor?
- Má pro vybraný obor fyzické předpoklady? Nemá nějaké zdravotní omezení?
- Uplatní se s vybraným oborem na trhu práce v daném regionu?
- Může rodina své dítě dlouhodobě finančně podporovat i za předpokladu že bude po střední škole pokračovat dále ve studiu?
- Nakolik důležité jednou budou pro dítě peníze?

2.8.4 Základní škola

Škola by měla splňovat v rámci profesní orientace několik hlavních úkolů. Měla by v průběhu výchovně-vzdělávacího procesu soustavně sledovat a hodnotit psychický a sociální vývoj žáků, stejně tak i jejich individuální zvláštnosti a odlišnosti významné pro budoucí povolání. Rovněž by měla formovat jejich studijní i mimoškolní zájmy a zájmy významné pro volbu povolání podporovat. Dlouhodobě by měla poskytovat pomoc při posuzování a hodnocení předpokladů k dalšímu studiu a formovat jejich kladný postoj k sebevzdělávání a pracovní činnosti. Především by pak měla žákům a jejich rodičům postupně zprostředkovat určitý systém studijních a profesních informací.

Mnohé výzkumy poukazují na to, že je potřeba v profesní orientaci a volbě povolání na základních školách odstranit mnohé nedostatky. Jedním z největších problémů je nefungující

spolupráce školních výchovných poradců, poradenských psychologů z pedagogicko-psychologických poraden a pracovníků úřadu práce. Mnoho žáků neví, zda jsou způsobilí zvládnout vybraný učební obor a uplatnit se v praxi. Mají nekomplexní a útržkovité informace o středoškolském studiu, učebních nebo studijních oborech, které mohou studovat.

S platností od 1. září 2001 zařazují základní školy podle svých možností do všech svých vzdělávacích programů vzdělávací oblast Výchova k volbě povolání, a to v podobě vybraných obsahových okruhů zařazených jednak do povinných předmětů uvedených v učebním plánu schválených vzdělávacích programů, které mají k dané problematice nejblíže (např. občanská a rodinná výchova), dále do volitelných předmětů a dalších vzdělávacích aktivit realizovaných školou. Hlavním cílem zařazení této oblasti je zprostředkovat důležité znalosti související s jejich budoucím uplatněním a vybavit je kompetencemi potřebnými při rozhodování o další profesní a vzdělávací orientaci a vstupu na trh práce. Tato vzdělávací oblast si klade za cíl pěstovat u žáků základních škol dovednosti důležité při rozhodování o nejdůležitějších životních krocích, kterými je přechod ze základní školy na školu střední a při plánování vlastní budoucnosti.

Výchova k volbě povolání významně napomáhá lepšímu rozhodování žáků při volbě vhodné střední školy a v dlouhodobé perspektivě tak může zajistit jejich větší úspěšnost v dalším odborném a profesním růstu. Výsledkem všech poznávacích a učebních činností by mělo být osvojení specifických vědomostí, dovedností, postojů a návyků, které žákovi umožní realističtěji nahlížet na vlastní osobnost, rozhodovat se o volbě vhodného povolání a profesní přípravy a orientovat se v nabídce dostupných vzdělávacích a pracovních příležitostí.²²(MŠMT, 2012)

Základní škola poskytuje svým žákům a jejich rodinám informace týkající se volby dalšího vzdělávání především pomocí výchovných poradců. Podle vlastních zkušeností vím, že se situace s kvalitou výchovných poradců na školách, kam docházím v rámci náboru, velmi zlepšila, ale stále dost často se setkávám s učiteli, kteří mají na starost výchovné a kariérové

²²<http://www.msmt.cz/vzdelavani/zakladni-vzdelavani/metodicky-pokyn-k-zarazeni-vzdelavaci-oblasti-vychova-k-volbe-povolani-do-vzdelavacich-programu-pro-zakladni-vzdelavani-cj-19458-2001-22>

poradenství na škole jen jako „nadstavbu“ ke svému učitelskému úvazku a také proto často k němu taky tak přistupují. Nejednou jsem se setkala s výchovným poradcem, který je jen „sběratel“ letáků a informačních prospektů o středních školách a jeho představa je především v aktivním doplňování těchto materiálů na nástěnky přímo určené pro nabídku středních škol.

Výchovný poradce by měl pracovat jak se všemi žáky, tak i s rodiči a učiteli, kteří potřebují poradit nebo pomoci při zvládání výchovných, vyučovacích i jiných problémů. Pokud jde o poradenství kariérové, měl by mít přehled o jednotlivých povoláních, o tom k čemu studium bude žáka kvalifikovat, v jakých bude pracovat podmínkách, jaké jsou v daném oboru platové podmínky apod. To předurčuje tohoto pracovníka k neustálému vzdělávání v oblasti profesí.

2.8.5 Instituce kariérového poradenství

Výchova k volbě povolání je vzdělávací oblast zařazená do několika předmětů v jednotlivých ročnících na základní škole ve formě průřezových témat, kterými jsou např. Výchova demokratického občana, Multikulturní výchova, Osobnostní a sociální výchova apod. Je to dlouhodobé působení na dítě zaměřené také na správnou volbu další vzdělávací dráhy, ale i po mých osobních zkušenostech vím, že taková příprava pro žáka nestačí. Od svých vlastních středoškolských studentů vím, že výchovný poradce na základní škole začíná s dětmi „intenzivně“ pracovat až ve chvíli, kdy celé třídě nebo jednotlivcům zařídí testy profesní orientace na odpovídajícím pracovišti. Až podle výsledků těchto testů s žáky výchovný poradce začíná probírat možnosti budoucí vzdělávací dráhy a konkrétní střední školy.

V ČR je poradenství v oblasti vzdělávání a zaměstnanosti rozvíjeno převážně ve dvou, vedle sebe působících systémech. Prvním je resort práce a sociálních věcí (MPSV SSZ - Ministerstvo práce a sociálních věcí Správa služeb zaměstnanosti), který je soustředěn převážně na řešení problémů přechodu mezi školou a prací nebo nalezení či změny uplatnění na trhu práce. Druhým resortem je školství (MŠMT – Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy), který je orientován na řešení problémů, se kterými se mohou potýkat děti a mládež v průběhu svého studia, při zvažování změny nebo výběru dalšího vzdělávání. Tyto

dva systémy jsou doplněny poradenskými službami, které poskytují zaměstnavatelé a které spadají do působnosti resortu Ministerstva průmyslu a obchodu MPO.

Poradenský systém v působnosti MŠMT

Současný poradenský systém v působnosti tohoto resortu tvoří pět složek:

1. Instituce, které mají organizační a metodické úkoly (MŠMT, poradní sbor pro výchovné poradenství MŠMT a Institut pedagogicko-psychologického poradenství)
2. Poradenská zařízení (pedagogicko-psychologické poradny, speciální pedagogická centra, poradenské středisko mládeže při Institutu dětí a mládeže a vysokoškolské poradny)
3. Jednotlivý pracovníci působící přímo na školách (výchovní poradci, školní psychologové, školní speciální pedagogové, školní metodici prevence, školní kmotry a asistenti)
4. Informační střediska pro mládež
5. Ústavy MŠMT – Zákaznické informační centrum, které poskytuje informace z oblasti vzdělávání široké veřejnosti, Centrum kariérového poradenství které poskytuje informace o středním a vyšším odborném školství

²³(NÚOV, 2003, s. 9)

Dnes už je zcela běžné, že žáci v posledních ročnících základních škol absolvují otestování diagnostickými metodami, které pouze ukazují směr zaměření, kterým by se dítě mělo vydat, ale žádný z kariérových poradců nedokáže zodpovědně říci, konkrétní povolání pro konkrétní dítě. Poradce je pouze zdrojem informací, rozhodnutí je vždy pouze na klientovi.

²³ <http://vychova-vzdelavani.cz/download/nuov2003.pdf>

2.8.6 Televize, noviny, časopisy a letáky

„ Děti preferují vizuální média. Vizuální příběh se více podobá skutečnosti a dítě jej také jako skutečný vnímá. Čtený příběh si lze dotvářet, může se zde uplatnit dětská fantazie a tvořivost. Média lze považovat i za socializační prostředky. Násilí prezentované v mediálním příběhu může fungovat jako podnět k podobnému chování.“ (Vágnerová, 2000, s. 207).

Masové komunikační prostředky zobrazují velmi důležité informace o světě práce a profesích, ale ve velmi zkresleném světle. Identifikace mladých s postavami z audiovizuálního světa prostřednictvím informálního zkušenostního učení významně ovlivňuje volbu středního vzdělání a profesní orientaci. Kolik chlapců a dívek chce být v posledních letech kuchařem? Není snad časopis, který by neobsahoval několik receptů a na každém televizním programu nám několikrát za den vaří několik osobností jak z řad profesionálů, tak i celebrit.

V rámci náborových aktivit středních škol je prezentace formou letáků a tištěných informačních brožur asi nejrozšířenější. Ostatní média jsou pro většinu škol „zapovězena“ především z finančních důvodů. Inzerce v regionálních časopisech, rozdávání letáčků nebo jiných propagačních materiálů na veletrzích středních škol, na dnech otevřených dveří využívá téměř každá škola. Tato forma předání informací o vzdělávací nabídce je pro žáky základních škol a jejich rodiče především pouze „odrazovým můstkem“ pro zjištění dalších informací.

3 PRAKTICKÁ ČÁST

Podle zjištění statistického úřadu ²⁴ se množství žáků nastupujících na střední školy od školního roku 2004/2005 neustále snižuje a stejně tak i množství středních škol z kterých si žáci mohou vybírat. Ani výhled do brzké budoucnosti není příliš optimistický. Konkurence mezi školami je velká a stále bude vzrůstat. Jestliže nás zajímá budoucnost školy, musíme se nutně zajímat o nábor a aktivity s ním spojenými.

Tabulka 1: Střední vzdělávání v ČR celkem (gymnázia, SOU, SOŠ, nástavbové studium, konzervatoře – včetně speciálních škol)

	1989/90	1990/91	1991/92	1992/93	1993/94	1994/95	1995/96	1996/97	1997/98
Počet škol	1 246	1 294	1 569	1 696	1 871	2 050	2 116	2 100	1 995
Počet žáků	626 022	629 098	600 075	604 322	628 432	666 294	682 085	559 384	532 246
z toho žáci denního studia	569 655	577 967	565 011	572 407	596 934	628 881	639 965	514 811	486 435
	1998/99	1999/00	2000/01	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07
Počet škol	1 859	2 118	2 081	2 057	2 039	2 023	1 983	2 021	1 500
Počet žáků	489 224	516 096	562 020	566 978	573 436	580 158	583 010	581 100	580 119
z toho žáci denního studia	451 070	484 977	532 187	538 055	543 361	546 308	546 953	545 361	545 126
	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14		
Počet škol	1 466	1 456	1 450	1 441	1 411	1 365	1 349		
Počet žáků	572 873	567 861	559 695	536 478	504 777	474 409	452 482		
z toho žáci denního studia	537 351	530 368	522 706	500 315	473 658	447 114	427 281		

²⁴ Upravená tabulka Českého statistického úřadu
<http://www.czso.cz/csu/2014edicniplan.nsf/p/320181-14>

Poznámka: Do roku 1999/2000 školy za všechny resorty (včetně ministerstva obrany, vnitra a spravedlnosti).

Do školního roku 2005/2006 jsou školy započteny podle počtu jednotlivých typů škol, od školního roku 2006/2007 je uveden počet středních škol bez ohledu na počet jejich pracovišť.

Speciální školy zrušeny ke školnímu roku 2004/2005, od školního roku 2005/2006 jako školy se speciálními vzdělávacími potřebami.

V poslední době mnohé střední školy ruší učební obory z důvodu malého nebo dokonce žádného zájmu žáků. Aby se učiliště a odborné školy úplně nezrušila, otvírají nové maturitní obory nebo se slučují s jinými středními školami. Stejný osud má i škola, na které působím. Za 15 let co učím, prošla škola sloučením s větší a prosperující školou a z učebních oborů se nám podařilo zachovat pouze pár oborů, které jsou a budou pro širokou veřejnost zajímavé stále (např. Automechanik). Maturitní obory prošli rovněž změnami a to především se zavedením ŠVP. Nejvíce znatelnou změnou související s nábořem nových žáků je změna názvu oborů. Například Chemik operátor se zaměřením na farmaceutickou výrobu změnil svůj název na Farmaceutického chemika. Podle ohlasů na náborových akcích školy je tento název pro uchazeče a jejich rodiče srozumitelnější než ten předchozí.

Absolutně jsem neváhala při volbě své bakalářské práce. Nábor a aktivity s ním spojené se mě jako každého učitele na střední škole dotýkají. Účastním se náborových aktivit každý rok a vnímám veškeré změny, které se během let v této oblasti odehrávají a kterým je nutno se přizpůsobit. Záleží mi na tom, abychom přijali do prvních ročníků naší školy co nejvíce žáků, přeji si, aby se jim u nás ve škole líbilo, byli ve svém studiu úspěšní, zajímali se o obor, který si zvolili, byli jsme tím nejlepším odrazovým můstkem pro vstup do zaměstnání, ale především si přeji, aby nikdy nelitovali svého rozhodnutí, že si vybrali právě naši školu, která jim k tomu všemu pomůže.

3.1 Prostředky náboru

Naše škola, stejně jako ostatní patří do neziskového sektoru, máme tedy omezené finanční prostředky, což způsobuje, že se marketingu věnujeme v menší míře, než bychom sami chtěli. Pro nás, stejně jako ostatní školy je důležité sledovat, jak se na nás veřejnost „dívá“, jaké má o nás představy a co očekává od vzdělávacích programů a dalších služeb, které nabízíme. Pozitivní image má velký význam.

3.1.1 Reklama

Vysoké náklady spojené s reklamou a omezené finanční prostředky škol vede ředitele škol k nutnosti velmi důkladně zvažovat výdaje na reklamu. Hlavní podmínkou úspěšnosti reklamy a efektivního vynaložení financí je kvalita reklamy. Mezi často uváděné vlastnosti kvalitní reklamy patří její srozumitelnost, zapamatovatelnost, důvěryhodnost a pravdivost (Světlík, 1996, s. 16).

Reklama je nedílnou součástí každého úspěšného podnikání. Škola, tak jako každá firma, je závislá na prostředcích. Ty do školy přichází s množstvím přijatých žáků. Je tedy pro ní velice důležité, aby o sobě co nejvíce informovala veřejnost a naplnila tak svoji kapacitu. Čím více informací žák základní školy o střední škole má, tím větší pravděpodobnost je, že se o ní bude zajímat a rozhodne se pro ní.

Na veletrzích středních škol se často setkáváme s velkým množstvím rozličných reklamních předmětů, kterými školy chtějí oslovit potenciální klienty. Reklamní placky s názvem školy, igelitové a papírové tašky, do kterých zástupci školy vkládají tištěné materiály, tužky s logem, cukrovinky s potištěným obalem a mnoho dalších.

Naše škola se zaměřuje na reklamní předměty, které slouží především k informování žáků a široké veřejnosti o škole a její nabídce. Ale neřadíme mezi ně jen reklamní předměty, ale i tištěné materiály jako jsou letáky, banery, kalendáře, plakáty apod. Letáky naší školy každým rokem mění svou tvář. Nejen že reagují na změny ve vzdělávací nabídce a termínech dnů otevřených dveří, ale hlavní změny jsou v grafice letáčku. Všem tištěným materiálům

dominuje logo naší školy²⁵, které je graficky velmi dobře zpracované a lehce pro veřejnost zapamatovatelné.

Hned po rozhovoru s návštěvníky veletrhu jsou tištěné materiály (letáky) nejužívanější formou předání informací o naší škole. Počítáme s tím, že ty které naše nabídka a ústně předané informace zaujali, si odnášejí letáčky s sebou domů, kde mají čas a klid si je podrobněji prostudovat a prodiskutovat je. Z mnohaleté zkušenosti vím, že velká část žáků a rodičů, které naše prezentace na veletrhu zaujala, tento fakt motivoval k návštěvě dnů otevřených dveří.

Obrázek 3: Logo školy (SŠ-Centrum odborné přípravy technickohospodářské)



3.1.2 Vztahy s veřejností

Jedním z největších problémů dnešní doby náboru na středních školách je málo prostředků, které škola může do propagace investovat, oslovení budoucích žáků, nedostatek pracovníka nebo pracovníků, jejichž hlavní pracovní náplní bude zajištění kvalitní propagace školy. Neexistujícím specializovaným pracovníkem na většině škol, který se bude výhradně zabývat plánováním a realizací náboru, jsme se intenzivně zabývali na školení občanského sdružení „Než zazvoní“, které jsem iniciovala na naší škole. Výsledkem tohoto personálního a organizačního opatření je, že se škola zaměří na zpracování plánu propagace na celý rok a opustí tak model, kdy se škola intenzivně věnuje propagaci pouze aktuální náborové akce

²⁵ Logo SŠ-Centrum odborné přípravy technickohospodářské

(den otevřených dveří, výstava) bez myšlenek na propagaci která by měla probíhat současně s touto časově ohraničenou událostí.

Příprava strategie prezentace vzdělávacích programů potenciálním žákům školy tak vyžaduje použití nástrojů public relations.

Podle Světlíka (1996, s. 43-44) mezi hlavní cíle public relations (PR) patří:

- Budování povědomí školy, vzdělávacího programu nebo jeho části
- Pomoc při uvádění nového programu na vzdělávací trh
- Stimulování zájmu zákazníků o služby školy, např. možné spolupráce (sponzorství)
- Snižování nákladů na komunikaci školy s veřejností
- Budování důvěryhodnosti školy

Mezi nejužívanější nástroje vztahu s veřejností podle Světlíka (2006, s. 119):

- **Propagační materiály** školy, mezi které může patřit výroční zpráva, informační letáky a propagační brožury, školní časopis atd.
- **Zprávy**, tedy informace o aktivitách a výsledcích školy, které mají šanci zaujmout veřejnost a které škola nabízí médiím
- **Události**, stejně jako zprávy jsou zajímavé informace o jednorázových významných akcích spojených se školou
- **Vystoupení zástupců školy** na odborných konferencích, v rozhlase apod.
- **Jednotný vizuální styl školy** je dalším nástrojem s veřejností, který pomáhá vyjádřit specifickou školu a je jedním z klíčových momentů pro posílení vlastní identity
- **Tiskové konference**, které může organizovat škola, pokud má pro veřejnost skutečně velmi zajímavé informace.

Způsobů prezentace školy na veřejnosti je bezpočet. Internet, tištěné materiály, veletrhy středních škol, výstavy, soutěže atd. Důležitým faktorem při propagaci školy je také získávání zpětné vazby od oslovených z řad široké veřejnosti a práce s těmito zjištěnými informacemi.

V dnešní době je asi pro zástupce středních škol zabývající se nábořem nejobtížnější přilákat zájemce na dny otevřených dveří, které jsou na všech školách mnoho let využívány jako jedna z hlavních nábořových aktivit. Z vlastní zkušenosti vím, že pokud se žák přijde s rodičem, kamarádem nebo sám informovat na školu během těchto dnů, může si budovu školy a její prostory projít, zeptat se na vše co ho zajímá a co z jiných informačních zdrojů nezjistil, setkáme se s ním i v září příštího roku v prvním ročníku. Bohužel problémem je doba, která si žádá předložení informací o oborech vzdělání konkrétní školy především elektronickou formou. Mnohdy informace, které si potenciální klient vyhledá na internetových stránkách školy, mu dostačují a možná i z lenosti, nedostatku času svého i svých rodičů již školu nenavštíví.

3.1.3 Presentace oboru v jeho přirozeném prostředí

Mezi hlavní nábořové aktivity naší školy určitě řadíme dny otevřených dveří. Dny otevřených dveří jsou vždy rozvrženy na všední dny (středy) a víkend (soboty) od října do února. Ve všední dny na odpolední hodiny, o víkendu vždy na dopolední. Víkend většinou vítají především ti zájemci, kteří do školy musí přijíždět z daleka. Student, jeho rodiče (nebo jiný rodinný příslušník), popř. skupinka zájemců mohou vidět školu a její zázemí, dále prostory, ve kterých probíhá teoretická výuka a také učebny, dílny a laboratoře kde probíhá výuka praktických předmětů. Před termíny kdy jsou Dny otevřených dveří naplánovány, oslovujeme žáky vyšších ročníků. Ti se v rámci doplňujícího programu těchto dnů účastní, demonstracemi a instruktáží přibližují obor prostřednictvím pokusů, vzorových prací apod. přímo zájemcům o studium. Nenásilnou formou zapojují žáka do praktických činností např. v chemické laboratoři, dílnách, učebně výpočetní techniky apod. Mezitím zástupce školy hovoří s rodinným příslušníkem a podává mu podrobné informace o oboru a škole.

Veletrhy středních škol, výstavy, dny otevřených dveří,...

Dále se naše škola pravidelně účastní několika vybraných veletrhů středních škol. Jsou jimi Scholla Pragensis v Kongresovém centru v Praze, Přehlídka středních škol Kolín, Řemesla v Lysé nad Labem, Veletrh řemesel v Novoměstské radnici v Praze, aj. Tento druh nábořové akce je pro nás velmi důležitý. Po osobním pohovoru s rodiči a žáky většinou přijmou naše poznání na den otevřených dveří, kde jim krom informací které jsme jim nezodpověděli na veletrhu a můžeme jim zprostředkovat prohlídku prostor školy. Na výstavách a veletrzích

středních škol nás pedagogické i nepedagogické pracovníky doprovází i zástupci našich žáků. Protože víme, že osmáka nebo devátáka na tento typ akcí většinou doprovází rodinný příslušník, naši žáci se zaměří na podávání informací dítěti, učitel zase rodiči. Mnohokrát se nám tento způsob práce s potencionálními klienty osvědčil. Dítě při rozhovoru se středoškolákem nemá takový problém se studem, je otevřenější a zeptá se mnohdy na informace, na které by se dospělého nezeptal.

Neoddělitelnou součástí veletrhu a jiných prezentačních akcí středních škol je doprovodný program. Zde se představujeme krátkými pokusy a ukázkami prací stěžejní pro daný obor. Tato forma prezentace často žáky základních škol zaujme a na stánek naší školy přiláká.

3.1.4 Inzerce

V dnešní době není snad jediná mateřská, základní, střední ani vysoká škola, která by neinformovala žáky, rodiče a širokou veřejnost o své existenci.

Webové stránky naše škola považuje za jeden z hlavních komunikačních nástrojů. Návštěvníci těchto stránek jsou nejen klienti, kteří o studiu na škole uvažují a jejich blízcí, ti kteří už školu studují a jejich rodinní příslušníci, absolventi a také pracovníci školy. Z hlediska propagace školy víme, že na návštěvníky, kteří teprve přemýšlí nad podáním přihlášky, se musíme zaměřit nejvíce. Ti ale nechtějí na stránkách školy zjistit pouze informace o oboru, sídle školy apod., ale berou na zřetel i chod webových stránek i pro stávající studenty.

Pokud jde o inzerci tištěnou, naše škola již několik let oslovuje regionální deníky, navštěvuje obecní úřady a zajišťuje zde podání inzerátu s vzdělávací nabídkou ať v textové formě, nebo formou plakátů na vývěskách menších i větších měst v naší spádové oblasti, v které potencionální klienty můžeme najít.

3.1.5 Spolupráce se základní školou

Na žáky z velké části působí škola, její prostory, pracovníci školy a informace které od nich získají. Nejen z internetových stránek školy mohou tyto informace čerpat, ale zajisté osobní návštěva na škole v rámci Dne otevřených dveří pomůže potencionálnímu klientu k rozhodnutí, zda podat přihlášku nebo ne.

Další možností jak seznámit žáky 8. a 9. tříd s naší vzdělávací nabídkou je přímá spolupráce se základní školou. Žádný nábor střední školy by nebyl úplný, pokud by intenzivně nespolupracovala se základními školami, kde jsou potencionální klienti. Dá se říci, že střední školy, jsou v oblasti náboru na základních školách až závislé. Pokud by školy spolu nekomunikovaly a nevytvářely by vzájemné vazby, jen stěží by dosáhly společného zájmu. Jak učitelé základních, tak i středních škol mají zájem na tom, aby se jejich žáci rozhodli při výběru dalšího studia správně, aby se uplatnili jak v profesním, tak i v osobním životě.

Naše škola intenzivně spolupracuje trvale s vybranými základními školami, avšak převládá každoroční oslovování (písemnou a elektronickou formou) zástupců a vedení těchto škol s nabídkou vzdělávacích kurzů, možnosti návštěvy interaktivních dnů otevřených dveří, účast na soutěžích a olympiádách pro žáky ZŠ, apod.

Pokud jde o náborové aktivity, u spolupráci a oslovování ZŠ, naše škola „začíná“. Přibližně v polovině září ředitel školy pořádá schůzku všech pracovníků (ať pedagogických, nebo nepedagogických), kteří se na náborových aktivitách aktivně účastní a seznámí je s veškerými změnami na těchto akcích. Poté dojde k rozdělení základních škol, které pracovníci naší školy navštíví osobně a které budeme muset kontaktovat pouze písemně nebo elektronicky.

Střední školy a její zástupci by měli být častými návštěvníky škol základních, setkávat se nejen s výchovnými poradci, ale i žáky, popřípadě jejich rodiči. Vhodné jsou k tomu např. třídní schůzky.

Střední školy jsou na základních školách v oblasti náboru závislé. Pokud by školy spolu vzájemně nekomunikovaly a nevytvářely vazby, jen těžko by dosáhly společného zájmu, kterým je, aby se žáci rozhodli při výběru profese správně, aby se uplatnili na trhu práce i v osobním životě. Střední školy a jejich zástupci by měly být častými návštěvníky škol

základních. Setkávat se nejen s učiteli, výchovnými a kariérovými poradci, žáky, ale i jejich rodiči. Po mnohaletých zkušenostech nejen svých, ale i svých kolegů je, dopředu základní školu kontaktovat, učinit nabídku a sjednat si předběžnou schůzku, na které by byli dojednány podrobnosti možné spolupráce. Nabídky mohou být různorodé. Od pozvání žáků 8. a 9. tříd navštívit střední školu a její pracoviště (ať v dny otevřených dveří, interaktivní dny, na výuku odborných předmětů jako doplněk předmětů vyučovaných na ZŠ apod.), přes návštěvu zástupce střední školy na třídních schůzkách, pozvání na veletrh nebo výstavu kde se střední škola prezentuje, ale i účast na vědomostních a dovednostních soutěžích.

3.2 Dotazníkové šetření

1. Dotazníkovým šetřením, které je součástí praktické části jsem chtěla především zjistit, co ovlivnilo žáky prvních ročníků naší školy a také kdo jim v rozhodování o volbě právě naší školy pomohl. Zároveň výsledky dotazníkového šetření doplním o typy náborových aktivit, kterými oslovuje žáky středních škol a jejich rodiče škola, na které již 15 let pracuji jako učitelka odborného výcviku. Cílem tohoto dotazníkového šetření je srovnání mého zjištění s oficiálními studiemi neziskové organizace „Než zazvoní“, která se nábořem žáků do prvních ročníků středních škol intenzivně zabývá již mnoho let. Vybrané otázky jsem kladla se záměrem, abych si odpověďmi ověřila nebo vyvrátila své domněnky získané během několika let působení na střední škole, kde pracuji jako učitelka Odborného výcviku.
2. Metodu dotazníku jsem si vybrala z důvodu časové úspory a také snazšího vyhodnocení. Jiné metody by nebyly tolik efektivní a zřejmě by mi neposkytly žádoucí množství informací pro zpracování praktické části bakalářské práce.
3. V dotazníkovém šetření jako jediný možný problém vidím, že žáci by mohli na některé otázky odpovídat, aniž by na otázku uměli odpovědět. Mohlo by dojít ke zkreslení dat jen proto, že žáci sdělují v dotazníku svůj individuální pohled na věc a danou situaci, mohou se vykreslit v lepším světle či na otázky odpovídat lživě.

Respondenti

1. Dotazník se skládá ze 14 otázek, bylo rozdáno 56 kusů, přičemž návratnost byla 100%. Důvod byl nejpravděpodobněji ten, že byl zadáván převážně v hodinách odborného výcviku a tak na jeho vyhodnocování dohlíželi vyučující. Žákům trvalo vypracování dotazníku přibližně 10 minut.
2. Věk respondentů byl od 16 do 18 let, v celkovém zastoupení 21 děvčat a 35 chlapců.
3. Dotazník byl určen studentům prvních ročníků. Hlavní důvodem byl fakt, že ti se před nedávnou dobou rozhodovali o volbě střední školy. Domnívám se, že žáci si tak pamatují faktory, které je v této volbě ovlivnily. Dotazování byli žáci naší školy v zastoupení oborů Farmaceutický chemik, Mechanik elektronik a Veřejnoprávní činnost.

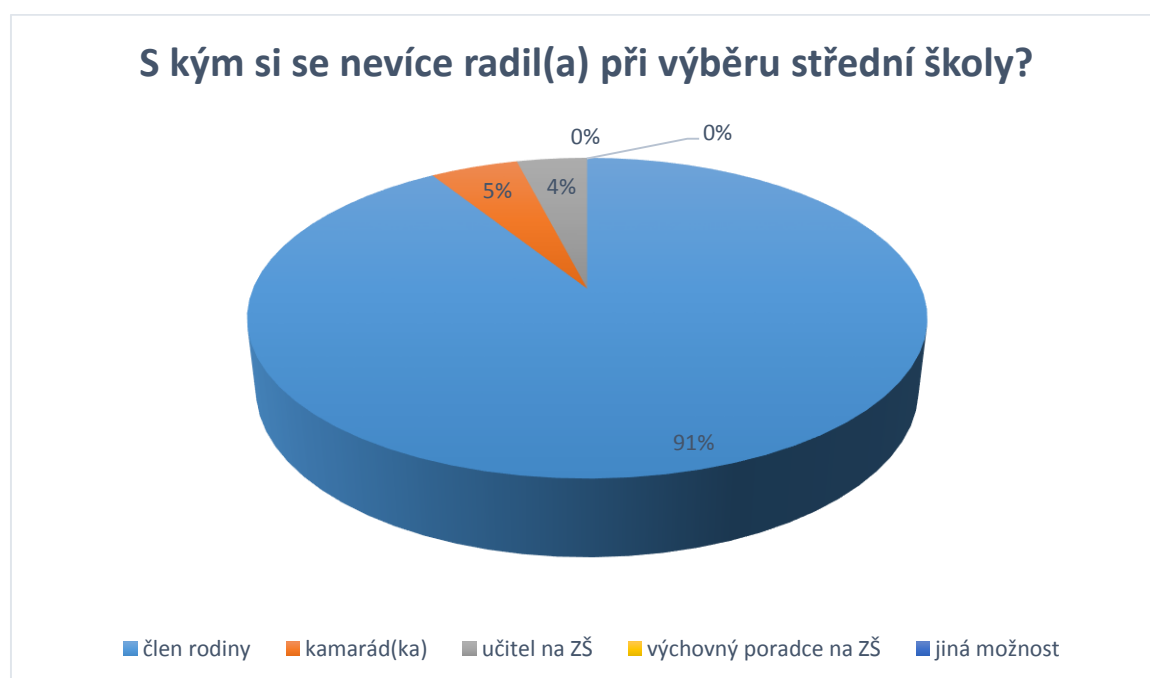
U oboru Farmaceutický chemik a Mechanik elektronik byl dotazník zadán v hodině Odborného výcviku, oboru Veřejnoprávní činnost v hodině Českého jazyka. Žákům byl

předem vysvětlén důvod vyplnění dotazníku a zamýšlený záměr průzkumu. Žáci pracovali při vyplňování dotazníku samostatně, na samostatnost dohlíželi vyučující. Během vyplňování nevyžadovali pomoc vyučujících a po mém následném dotazování mi potvrdili, že všem otázkám rozuměli.

Otázkou č. 1. jsem se ptala na to, s kým se žáci nejvíce při výběru školy radily.

Ve výsledcích jednoznačně převládala odpověď člen rodiny (51 žáků – 91%), další v pořadí byl kamarád (ka) - (3 žáci – 5%) a třetí v pořadí byl učitel na ZŠ (2 žáci – 4%). Další odpovědi žáci nevyužili.

Graf 1



Výsledek odpovědí na tuto otázku jsem předem očekávala. Studie neziskové organizace „Než zazvoní“²⁶ uvádí, že poměrně velké množství žáků (37%) prohlašuje, že se o volbě střední školy rozhoduje samo. Ostatní vlivy si buď neuvědomují, nebo jim nepřidávají velkou důležitost. Myslím si, že tento fakt je z maximálního důvodu ovlivněn průběhem

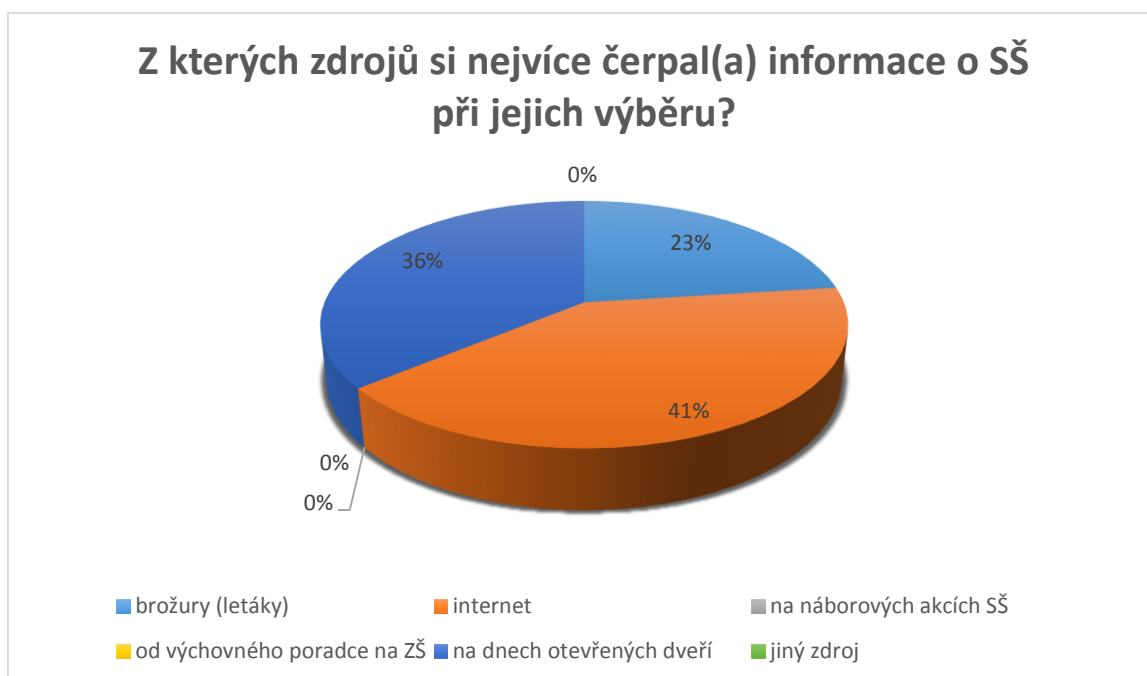
²⁶ <http://www.nezzazvoni.cz/studie-o-vyberu-skoly/studie-volbe-stredni-skoly-zari-2013/>

dospívání a vzdoru vůči všemu a všem. 36% respondentů uvedlo, že se o studiu po ZŠ nejvíce radilo s matkou.

Otázkou č. 2. jsem chtěla zjistit, z jakých zdrojů žáci nejvíce čerpali informace o středních školách při jejich výběru.

Zjistila jsem, že nejvíce informací žáci čerpali z internetu (23 žáků – 41%), další v pořadí se umístil den otevřených dveří (20 žáků - 36%) a jako třetí v pořadí byla odpověď z brožury (13 žáků – 23%). Variantu náborových akcí SŠ, výchovného poradce ani jiný zdroj žáci nevyužili.

Graf 2



Podle občanského sdružení „Než zazvoní“²⁷ výzkumy z roku 2011 ukazují, že nejvíce žáci využívají jako zdroj informací dny otevřených dveří na SŠ (86%) a webové stránky (82%).

²⁷ <http://www.nezzazvoni.cz/studie-o-vyberu-skoly/volba-skoly-rodice-zaci-rijen-2011/>

Otázka č. 3. se týkala informací, které žáka při volbě střední školy nejvíce zajímaly.

Nejčastější a také velmi překvapivou odpovědí na tuto otázku bylo, jak škola vypadá a jak na mě celkově působí (48 žáků – 85,5%), dále kde a jak probíhá praktická výuka (5 žáků – 9%) a jako třetí nejčastější odpověď byla jak daleko je škola od mého bydliště (2 žáci – 3,5%). Další v pořadí byla odpověď: jak o škole mluví žáci, kteří školu studují (1 žák – 2%).

Graf 3



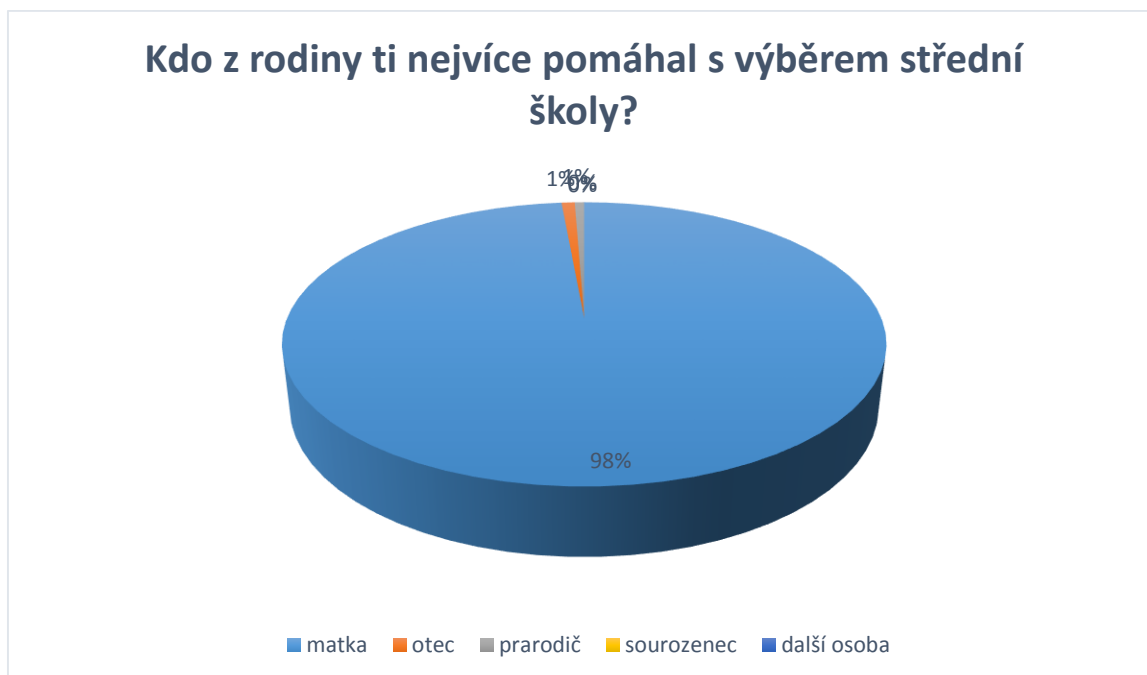
Podle občanského sdružení „Než zazvoní“²⁸ z roku 2011, výsledky studie ukázali, že uchazeči jako nejdůležitější faktory při výběru školy volili, zda je na škole obor, který je zajímavý (77%), jak „dobrá“ je vybraná škola (62%) a také jak daleko je škola od místa bydliště (42%).

²⁸ <http://www.nezzazvoni.cz/studie-o-vyberu-skoly/volba-skoly-rodice-zaci-rijen-2011/>

Otázkou č. 4. jsem se ptala, kdo nejvíce zájemci o studium pomáhal s výběrem střední školy.

Jednoznačně nejčastější odpověď byla matka (49 žáků – 88%), dále se umístil otec (4 žáci – 7%) a na posledním místě byl prarodič (3 žáci – 5%). Jinou odpověď žáci nevyužili.

Graf 4



Podle občanského sdružení „**Než zazvoní**“²⁹ je mezi začínajícími deváťáky volba školy hodně diskutovaným tématem. 77 % respondentů uvedlo, že se o volbě školy s někým baví hodně. Zajímavý je rozdíl mezi matkou a otcem. S matkou se celkově respondenti baví o volbě školy více a intenzivněji. Hodně se s ní o tom baví 52 % respondentů, oproti 31 %, kteří se o tom hodně baví s otcem. S otcem je častější volbu školy řešit „trochu“. Potvrzuje to i přímá otázka na vliv při rozhodování – 36 % respondentů dá nejvíce na matku, oproti 12 %, kteří dají nejvíce na otce. Vliv matek začínajících deváťáků na volbu školy je tedy v našem průzkumu zásadní a významně větší, než vliv otců.

²⁹ <http://www.nezazvoni.cz/studie-o-vyberu-skoly/>

Otázka č. 5. se zabývala reklamou a jak žáka při výběru střední školy reklama ovlivnila.

Z odpovědí jsem se dozvěděla, že 29 žáků (52%), reklama zajímala málo, dále odpověď vůbec mě reklama nezajímala (16 žáků – 28%) a jako poslední se umístila odpověď hodně (1 žák - 2%).

Graf 5



Tyto odpovědi pro mě byli velmi překvapivé a vyvrátili mé očekávání. Naše škola klade na reklamu velký důraz.

Velmi zajímavý je výsledek studie občanského sdružení „Než zazvoní“³⁰, že reklama školy v tisku, televizi či rádiu je podle respondentů velmi málo efektivní a poměrně dost nákladná, avšak 81% respondentů ji plánuje opět v dalším roce využít.

³⁰ <http://www.nezazvoni.cz/studie-o-vyberu-skoly/>

Otázka č. 6. se v dotazníkovém šetření týkala toho, jestli se žák v průběhu školní docházky na ZŠ, účastnil nějaké náborové akce středních škol a jaké.

Nejvyšší počet žáků uvedl odpověď několika akcí a většinou byla uvedena kombinace veletrhu středních škol a dnů otevřených dveří (24 žáků – 43%), dále byla nejčastější odpověď den otevřených dveří (22 žáků – 39%) a pak 6 žáků (11%) veletrhy středních škol (typu Scholla Pragensis). Na variantu žádné akce odpověděli 4 žáci (7%). Možnost soutěže pořádané středními školami si nevybral žádný žák.

Graf 6



Z dotazníku jsem zjistila, že respondenti navštívili více než jednu náborovou akci středních škol. Kombinace těchto prezentačních akcí škol přináší žákům a jejich rodičům možnost získat více informací, které následně vyhodnocují a pak rozhodují.

Podle občanského sdružení „Než zazvoní“³¹ a jejich studie z roku 2014, kdy oslovili 237 respondentů (z řad ředitelů středních škol a jejich zástupců) byli výsledky on-line šetření o náborových akcích následující: nejčastějšími akcemi jsou Den/dny otevřených dveří, které pořádá 100% škol, náborové akce na ZŠ pořádá 88% a jiné akce 74% respondentů.

³¹ <http://www.nezzazvoni.cz/o-nas/aktuality/>

Otázka č. 7. byla „Kdy (v které třídě na ZŠ) si se na 100% rozhodl pro obor a danou střední školu?“

Na tuto otázku byla nejčastější odpověď v průběhu 8. třídy na ZŠ (28 žáků – 50%), dále 21 žáků (37,5%) odpovědělo v průběhu 9. třídy na ZŠ a poslední v pořadí se umístila odpověď, čekal (a) jsem do poslední možné chvíle, než se museli odevzdat přihlášky (7 žáků – 12,5%).

Graf 7



Z grafu je patrné, že nejvíce žáků se pro obor rozhodlo již v 8. třídě. S touto skutečností se v praxi setkávám už několik let. Proto naše škola stejně jako ostatní, nepůsobí náborovými aktivitami pouze na ukončující ročník, ale i ten předposlední. Především v posledních pár letech se čím dál častěji setkáváme na náborových a prezentačních akcích naší školy s žáky 8. tříd, kteří shánějí informace o školách a oborech vzdělání. Svědomitá příprava těchto žáků a jejich rodinných příslušníků by měla být příkladem všem. Načasování, kdy začít s přípravou další vzdělávací dráhy pro žáky ZŠ, je důležité i pro školy střední. Příprava, kdy začít působit jak na samotné žáky, ale i jejich rodiče je jedním z nejdůležitějších rozhodnutí týkající se náboru a náborových aktivit střední školy. Studie občanského sdružení „**Než zazvoní**“³² oslovila v roce 2013, 812 respondentů z 52 základních škol a podle výsledků si 87% žáků zjišťovalo konkrétní informace o střední škole již v osmé třídě. Dokonce 35%

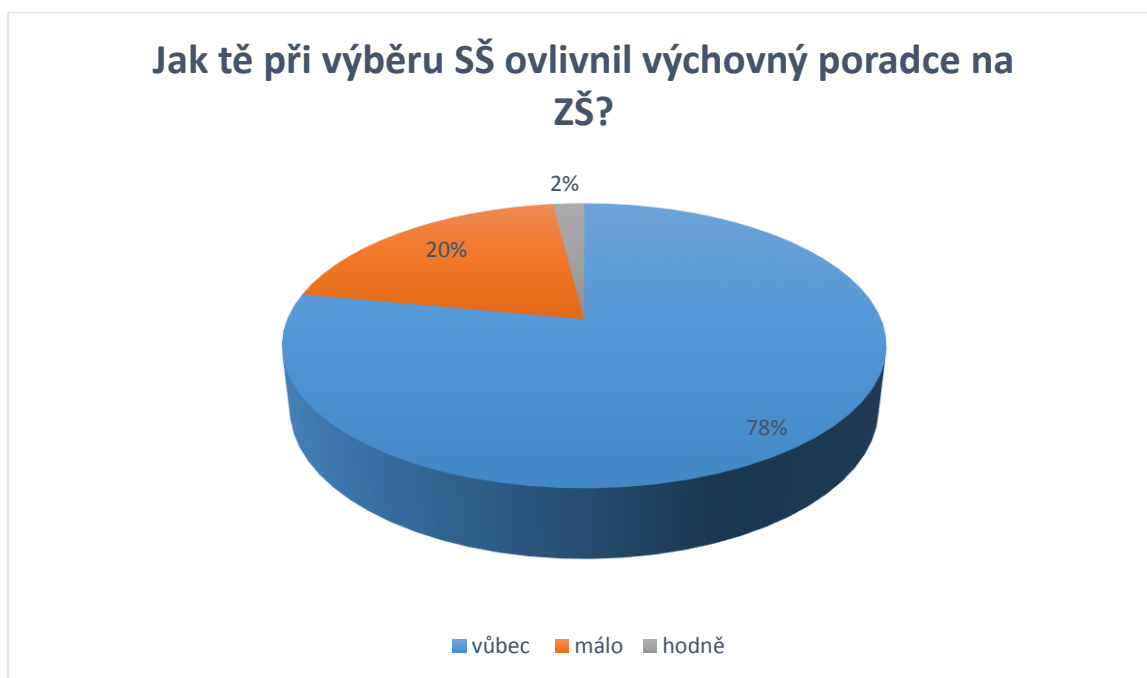
³² <http://www.nezazvoni.cz/studie-o-vyberu-skoly/pruzkum-mezi-osmaky/>

žáků je přesvědčeno, že již v 8. ročníku mají konkrétní představu o své budoucí střední škole a věří, že se jejich rozhodnutí do podání přihlášek v deváté třídě nezmění.

Otázka č. 8. se zabývala výchovným poradenstvím na ZŠ. Otázka zněla „Jak tě při výběru střední školy ovlivnil výchovný poradce na ZŠ?“

44 žáků (78%) odpovědělo vůbec, 11 žáků (20%) odpovědělo málo a 1 žák (2%) hodně.

Graf 8



Bohužel, těmito odpověďmi se mi potvrdilo již předchozí zjištění z dřívějších let, kdy mi žáci několikrát potvrdily, že je výchovný poradce na ZŠ prakticky skoro vůbec neovlivnil, respektive, že s nimi na škole skoro vůbec nepracoval. Jak jsem se již dříve zmínila, bohužel s faktem, že žáka na základní škole málo ovlivnil pracovník ZŠ, který by jim měl být nápomocen při volbě další vzdělávací dráhy, se setkáváme velmi často. I návštěvy pracovníků naší školy na základních školách tomu odpovídají.

Studie občanského sdružení „Než zazvoní“³³ ukazuje, že vliv výchovných poradců je v období volby střední školy zřejmě velmi malý, protože víc než polovina (54 %) respondentů

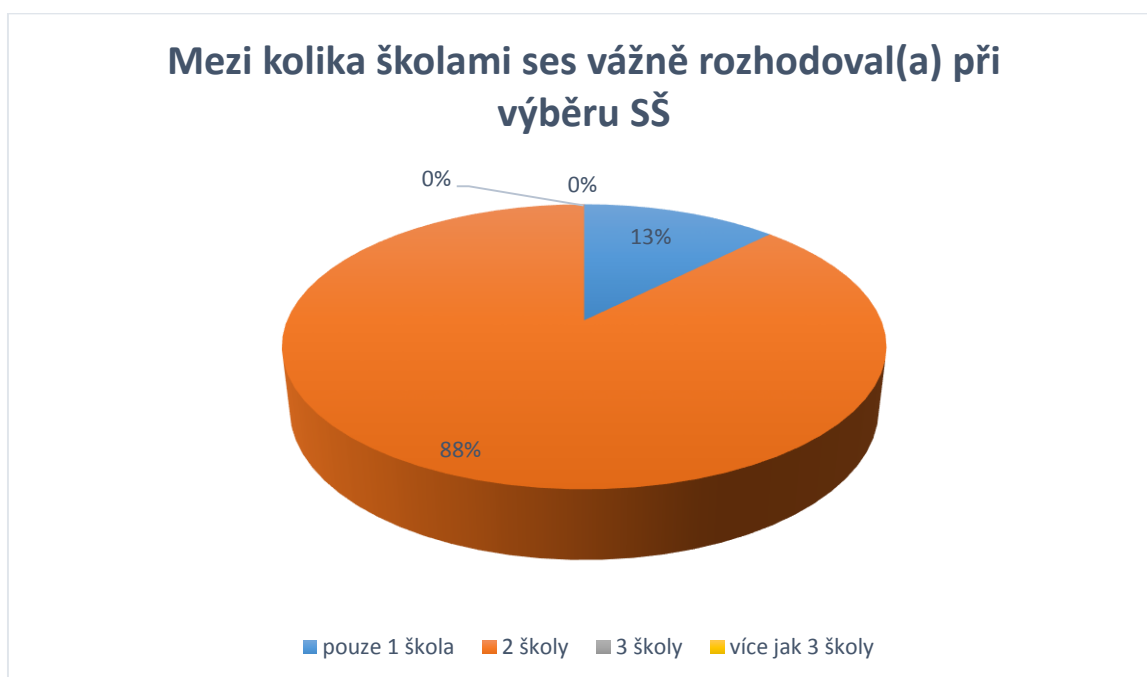
³³ <http://www.nezazvoni.cz/studie-o-vyberu-skoly/>

z 9. tříd základních škol, se o tom s nimi vůbec nebavila. Volbu školy a povolání podle výsledků nyní spíše řeší se svými učiteli.

Otázka č. 9. se týkala počtu středních škol, mezi kterými se žák vážně rozhodoval.

Nejčastěji žáci odpovídali 2 školy (49 žáků – 87,5%) a pak pouze jedna škola (12,5%). Žádnou jinou odpověď již žáci neuvedli.

Graf 9



Otázkou počtu škol, které žáci při volbě střední školy zvažují, se občanské sdružení „Než zazvoní“ ve svých studiích prozatím nezabývalo.

Otázkou č. 10. jsem se v dotazníku ptala „Jak výrazně tě ovlivnila při výběru SŠ vzdálenost školy od bydliště?“

Nejčastěji na tuto otázku žáci odpověděli (31 žáků – 55%) hodně, dále 19 žáků (34%) uvedli málo a 6 žáků (11%) vzdálenost školy od bydliště neovlivnila vůbec.

Graf 10



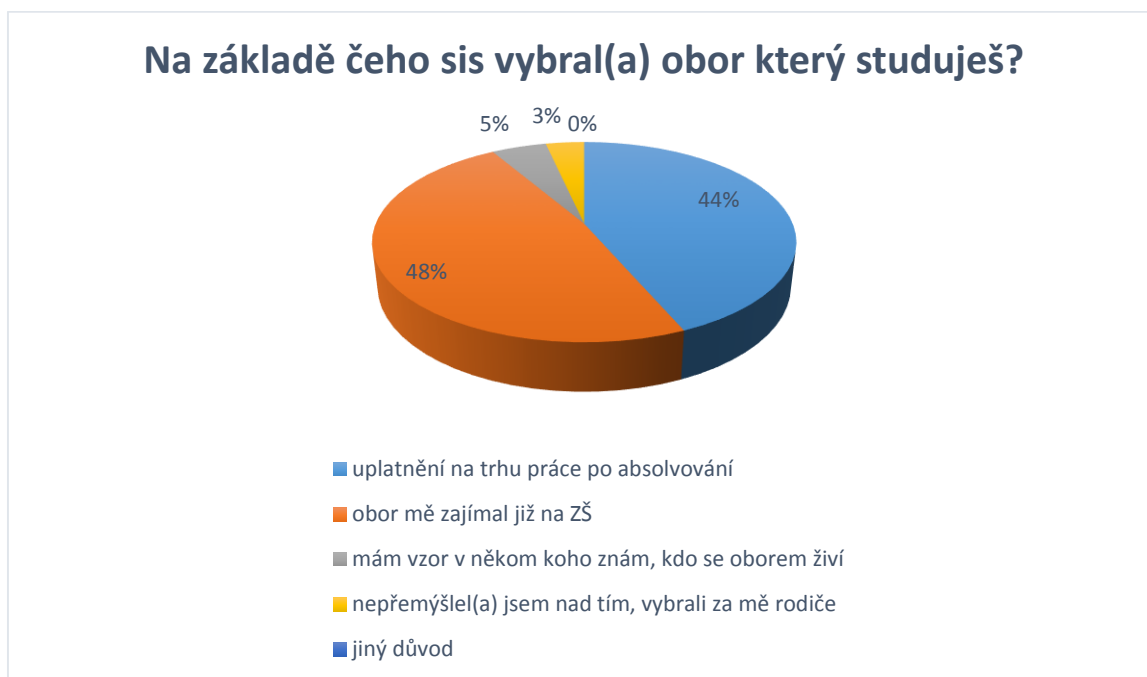
Otázkou důležitosti vzdálenosti vybrané školy od bydliště se občanské sdružení „Než zazvoní“³⁴ zabývalo ve své studii v roce 2013 také. Při zjišťování důležitosti tohoto faktoru při volbě střední školy u respondentů zjistili, že při hodnocení 1 = nedůležité a 4 = velmi důležité, geografická poloha školy získala bodové hodnocení 2,6 a další studií zjistili, že pro 18% oslovených byl tento faktor hodnocen jako velmi důležitý.

³⁴ <http://www.nezazvoni.cz/studie-o-vyberu-skoly/studie-o-stavu-prihlasek-unor-2013/>

Otázka č. 11. směřovala ke zjištění faktorů, které vedly žáka k výběru konkrétního učebního oboru.

Nejčastější odpovědi (27 žáků – 48%) byli, obor mě zajímal již na ZŠ, a 24 žáků (43,5%) uvedlo jako odpověď uplatnění na trhu práce po absolvování. Na třetím místě v pořadí se umístila odpověď, mám vzor v někom koho znám, kdo se oborem živí (3 žáci – 5%). Na další možnost: Nepřemýšlel (a) jsem nad tím, vybrali za mě rodiče - uvedli 2 žáci (3,5%). Jiný důvod si nevybral žádný žák.

Graf 11

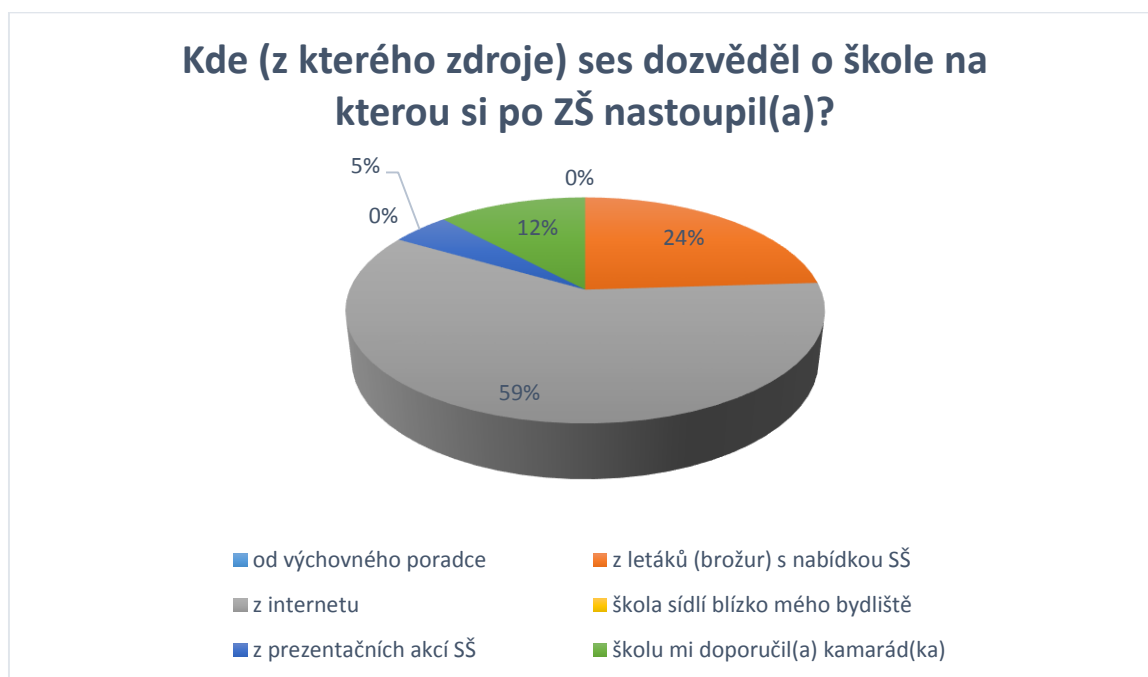


Konkrétně volbou oboru, která je při výběru další vzdělávací dráhy a tedy i střední školy nejdůležitější, se občanské sdružení „Než zazvoní“ ve svých studiích prozatím nezaobíralo.

Otázka č. 12. „Z kterého zdroje si se dozvěděl o škole, na kterou si nastoupil?“

Žáci odpovídali nejčastěji (25 žáků – 44,5%) z internetu, 14 žáků (25%) odpovědělo, že jim školu našli rodiče. 10 žáků (18%) žáků odpovědělo, že se o škole dovědělo z letáků (brožur) s nabídkou SŠ. 5 žákům (9%) žákům doporučil (a) školu kamarád (ka). Na posledním místě byla odpověď: z prezentačních akcí SŠ (2 žáci – 3,5%). Žádnou další odpověď žáci nezaškrtnuli.

Graf 12

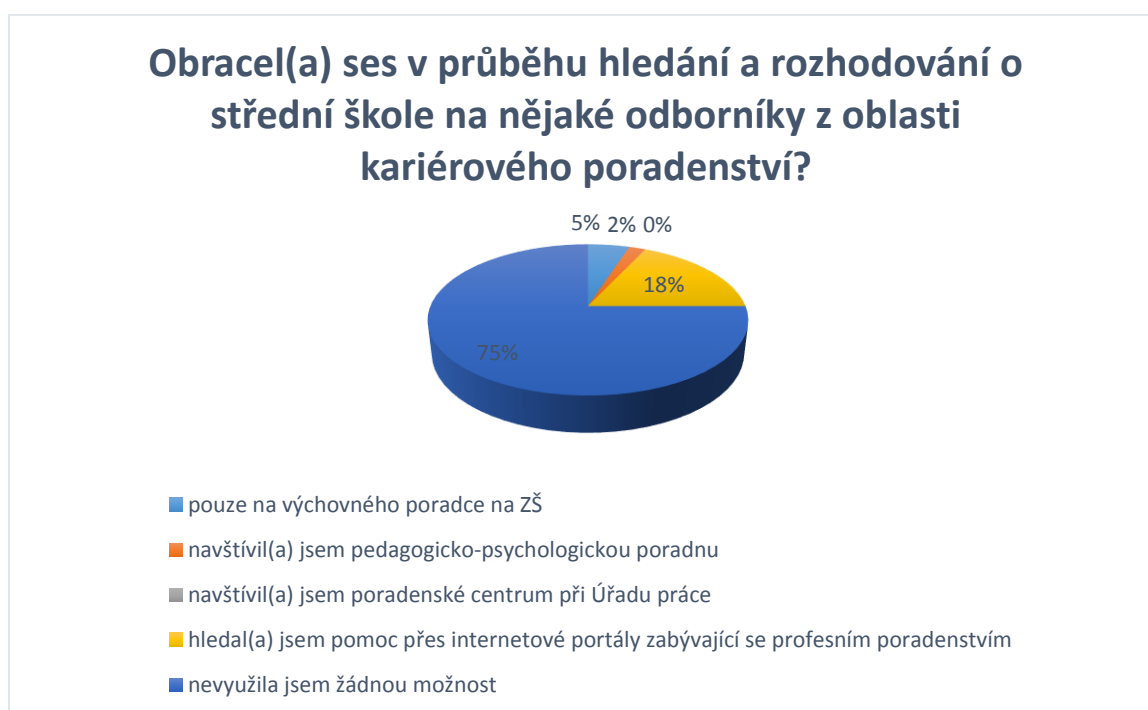


Zdroji nabízející informace o středních školách se občanské sdružení „Než zazvoní“, zabývá v několika svých studiích. Tuto otázku s jejich studiemi nemohu porovnat, jelikož se týká přímo našich studentů a naší školy a konkrétními zdroji, které jim pomohli informace o naší škole získat. Po školení poskytující sdružení „Než zazvoní“ jsem došla k závěru, že marketingem školy se budeme muset jako škola více zabývat především s ohledem na informace poskytované elektronicky. Dostali jsme mnoho rad týkající se IT a využití při náboru nových žáků. Krátce na to jsme jako škola začali pracovat na novém vzhledu webových stránek, které žáci ze základních škol používají k získávání informací nejčastěji.

Otázka č. 13. se zabývala kariérovým poradenstvím, a zdali se žáci obrátili (využili) na odborníka z této oblasti.

Z odpovědí jsem vyvodila, že žáci nejčastěji nevyhledávali žádnou pomoc (42 žáků – 75%), dále žáci hledali informace o možnostech dalšího vzdělání a kariérové a profesní poradenství pouze přes internetové portály zabývající se profesním poradenstvím (10 žáků – 18%) a jako další v pořadí (3 žáci – 5%) se umístila odpověď pouze pomoc výchovného poradce na ZŠ. Na posledním místě byla odpověď týkající se návštěvy pedagogicko-psychologické poradny a na tu odpověděl pouze 1 žák (2%).

Graf 13



Z dotazníkového šetření i z rozhovorů s žáky z dřívější doby jsem došla k závěru, že o kariérovém poradenství by žáci základních škol i jejich rodiče měli být více informováni. Většina žáků má povědomí o výchovném poradci na základní škole a popřípadě si najdou informace na internetových stránkách (např. <http://www.infoabsolvent.cz/>). Určitá část žáků absolvovala na doporučení výchovného poradce srovnávací testy a zkoušky (např. SCIO), které mohou napovědět, jaké studijní předpoklady žáci mají, v čem tkví jejich talent a na které nedostatky by se měli zaměřit, aby na nich mohli zapracovat.

Kariérovým poradenstvím a jinými odborníky z této oblasti se občanské sdružení „Než zazvoní“ ve svých studiích podrobně nezabývá.

Otázka č. 14. byla „Co tě definitivně přesvědčilo, vybrat si školu, na kterou si nakonec nastoupil?“

Odpovědi na tuto otázku byli nejčastěji (23 žáků – 41%) mluvil (a) jsem se zástupci školy na prezentačních akcích středních škol, dále 16 žáků (29%) chtěl (a) jsem studovat vybraný obor a potom co jsem našel (našla) tuto školu, neměla jsem potřebu hledat jinou. Jako další nejčastější odpověď byla 12 žáků (21%) navštívil (a) jsem školu v rámci dne otevřených dveří. 4 žáci (7%) uvedli možnost: nevím, vybrali mi ji rodiče, já jsem nerozhodoval (a). 1 žák (2%) odpověděl, že na školu se rozhodl (a) nastoupit jeho (její) kamarádka.

Graf 14



Odpovědi na tuto otázku mě potěšili. Výsledek mě přesvědčil o tom, že pokud zájemce o studium přijde na některou z náborových akcí, kde se naše škola prezentuje, dokážeme na něj natolik zapůsobit a vybraný obor mu tak přiblížit, že si poté v mnoha případech na naší

školu přihlášku podá. Pouze z letáků nebo katalogů s nabídkou středních škol zájemce „nenalákáme“.

Odstrašujícím příkladem za všechny obory naší školy, které mají problém přilákat zájem žáků základních škol je pro mě chemický obor, který učím v hodinách Odborného výcviku. Nejen že tento obor je v ohrožení především z důvodu neatraktivnosti chemie pro žáky základních škol, ale mnohdy mají tito žáci o oboru na naší škole zkreslené představy. Na základních školách je v dnešní době vyučována pouze teoreticky, žáci si většinou nemají možnost si na tento předmět sáhnout. Biflování se definic a v lepším případě zhlédnutí videa s pokusy, žáky moc nezaujme. Sama jsem mluvila s několika učitelkami chemie na základní škole a bohužel mi museli přiznat, že v dnešní době jim v zatraktivnění předmětu svazují ruce finance a neustálé zpříšňování klasifikace chemikálií, práce s nimi, uchovávání a následná likvidace. A chemie není jediným předmětem, který se potýká s tímto problémem. Proto jednou z náborových aktivit naší školy je spolupráce se ZŠ. Zde se rovněž naskýtá problém, kdy učitelé základní školy nemají dostatek času, aby mohli navštěvovat střední školy a tím tak seznamovat žáky s obory středních škol. Dalším krokem v přiblížení chemického oboru široké veřejnosti jsme zvolili v posledních letech přejmenování oboru. Tento obor prošel změnou již v době zavedení ŠVP. Z dřívějšího názvu Chemik operátor – průmyslová chemie, se zaměřením na farmaceutickou výrobu se v roce 2010 změnil na Chemika operátora pro farmaceutickou výrobu. V průběhu zavedení ŠVP jsme program upravovali a došli v roce 2013 i ke změně názvu na Farmaceutický chemik. Tento rok jsme si ověřili na různých typech náborových akcí, při kontaktu s veřejností, že změna názvu byl výborný nápad.

4 Závěr

Výběr správné střední školy, ovlivňující budoucí profesní zaměření, je pro každého žáka končícího na základní škole zcela zásadní. Najít proto střední školu, která bude člověka bavit, na kterou bude stačit a která bude mít přiměřené nároky jeho schopnostem, patří mezi nejdůležitější rozhodnutí v životě a naprosto určitě nebývá jednoduché. Málokdo se může rozhlédnout a vybrat z celé nabídky oborů a škol. Limitem mohou být například osobní zájmy, vzdálenost školy od bydliště či nároky na jeho schopnosti. Žáci s handicapem mívají toto rozhodování ještě těžší, jejich cesta výběru je logicky zúžená. Z hlediska seberealizace a pocitu osobního uspokojení je přitom volba profesní dráhy, na jejímž počátku je právě vhodná střední škola, nesmírně důležitá.

Cílem mé bakalářské práce bylo zmapovat vybrané aspekty volby oboru vzdělání a následně školy a aktivity škol, které tuto volbu ovlivňují.

V teoretické části práce jsem se zaměřila na nejrůznější aspekty související s výběrem střední školy a oboru vzdělání. Praktická část pojednávala o náborových aktivitách školy, na které působím již 15 let jako učitelka odborného výcviku pro chemicky zaměřené obory.

Metody a postupy, které naše škola uplatňuje při získávání svých žáků, jsou různorodé a každým rokem dochází k jejich úpravám, nebo inovaci.

Součástí mé práce bylo i šetření zaměřené na zjištění faktorů, které ovlivnily rozhodování vybraných žáků 1. ročníků naší školy o jejich dalším studiu. Toto šetření jsem porovnávala se studii vypracovanými občanských sdružením „Než zazvoní“, které se přibližně 10 let zabývá problematikou marketingu škol, faktorů ovlivňující volbu střední školy a náborových aktivit s ním spojených. Odpovědi na otázky a výsledky studií tohoto sdružení se markantně neliší. Z mého dotazníkového šetření vyplývá, že nejvíce se žáci ZŠ radili o svém dalším studiu s rodinným příslušníkem a další vyplynulo, že rodinným příslušníkem, který jim nejvíce pomáhal, byla jejich matka. Studií občanského sdružení „Než zazvoní“ vyšlo, že nejčastěji respondenti na tuto otázku odpověděli, že o volbě SŠ rozhodovalo samo. Řekla bych, že výsledek koresponduje spíše s postojem respondentů než s pravdou. Žáci si podle mého názoru vliv jiných neuvědomují, nebo si ho spíše nepřipouští. Další v pořadí, s kým se žáci při volbě SŠ nejčastěji radí, je jejich matka. Dále, jako zdroj informací při volbě SŠ

využívají žáci den otevřených dveří a internet. Pouze z dotazníku předloženým žáky naší školy vyšlo pořadí oproti studii sdružení obráceně. Dále z mého šetření vyplynulo, že nejnavštěvovanějšími náborovými akcemi jsou dny otevřených dveří a burzy středních škol. Stejně jako oficiálním výzkumem organizace jsem svým dotazníkem zjistila, že dnešní doba si žádá nepůsobit s náborovými akcemi pouze na žáky končících (devátých) tříd ZŠ, ale zaměřit se i na žáky osmých tříd a mladší.

Z důvodu, že mě trápí nízký zájem o obor, který mám ráda a nerada bych, aby obor na naší škole díky nízkému počtu uchazečů o studium zanikl, náborových akcí se aktivně účastním a zapojuji se i do jejich obměn a úprav. Při hledání inspirace dalších možných náborových aktivit, které by žáky ZŠ do naší školy přilákali, jsem vyhledala organizaci „Než zazvoní“, která pořádá školení zaměřená na nábor pro pracovníky středních škol.

Spolu s kolegyněmi jsem absolvovala školení, které toto sdružení poskytuje. Očekávala jsem rady a odpověď na mnoho otázek, které s problémy náboru na střední školu souvisí. Po školení jsem si především uvědomila, že je nejdůležitější utvoření podrobného náborového plánu na celý rok, kde by byly předem rozplánovány veškeré náborové aktivity školy. Dále jsem si dopředu potvrdila, že je velmi zásadní, aby na škole byl určen kvalifikovaný pracovník, jehož náplní práce by byl pouze nábor a plánování a realizace aktivit s nábořem spojeným. Dalším bodem v náboru, na který bychom se měli zaměřit, je prezentace školy na webových stránkách a komunikaci s potenciálními uchazeči o studium přes elektronickou poštu.

Smyslem této bakalářské práce bylo poukázat na současnou situaci v dnešním školství, kdy střední školy zaznamenávají pokles nebo minimální vzrůstající stav žáků. Kapacita škol nebývá mnohdy naplněna, situace se několik let nezlepšuje. Vyhledávky na zlepšení přináší zavedení přijímacích zkoušek na střední školy a zvyšující se porodnost. Bohužel i to není jistota, že se naplní třídy.

Díky odpovědím z dotazníkového šetření jsem došla k zjištění, že nejefektivnější v procesu volby střední školy a náborovém působení školy na potenciálního uchazeče je přímý kontakt s žákem a jeho rodiči, podrobné vysvětlení a zodpovězení všech otázek a především větší přiblížení oboru. V současné době, kdy je nouze o žáky, je pro školu podstatné, zaměřit se na efektivní marketing.

5 Seznam použitých informačních zdrojů

Publikace:

BARTOŠOVÁ Hana, KRAJNÍKOVÁ Petra. *Základy marketingu*. Praha: Vysoká škola regionálního rozvoje, 2011. ISBN 978-808-7174-074.

ČÁP, Jan. *Psychologie pro učitele*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2001, 655 s. ISBN 80-717-8463-X.

GAJDOŠOVÁ, Eva, HERÉNYIOVÁ, Gabriela. *Rozvíjení emoční inteligence žáků: prevence šikanování, intolerance a násilí mezi dospívajícími*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006, 324 s. ISBN 80-736-7115-8.

HLAŘO, Petr. *Profesní orientace adolescentů: poznatky z teorií a výzkumů*. Vyd. 1. Brno: Konvoj, 2012. ISBN 80-730-2164-1.

HLOUŠKOVÁ, Lenka. *Publikační počin z oblasti kariérového poradenství*. ISBN 10.5817/sp2013-1-9.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing školy*. Vyd. 1. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2000, 54 s. Studijní texty pro distanční studium. ISBN 80-708-3460-9.

Kariérové poradenství - přítomnost a budoucnost. Vyd. 1. Editor Jana Zapletalová, Hana Vaňková. Praha: IPPP, c2006, 276 s. ISBN 80-868-5621-6.

LANGMEIER, Josef, KREJČÍŘOVÁ, Dana. *Vývojová psychologie*. 3. přeprac. a dopl. vyd. Praha: Grada, 1998, 343 s., obr. ISBN 80-716-9195-X.

MATOUŠEK, Oldřich. *Rodina jako instituce a vztahová síť*. 3. rozš. a přeprac. vyd. Praha: Sociologické nakladatelství, 2003, 161 s. Studijní texty (Sociologické nakladatelství), sv. 3. ISBN 80-864-2919-9.

MEZERA, Antonín. *Pro jaké povolání se hodím?*. 1.vyd. Praha: Computer Press, 2002, 178 s. ISBN 80-722-6651-9.

MEZERA, Antonín. *Pro jaké povolání se hodím?: jak si vybrat střední a vyšší odbornou školu a snad i budoucí povolání*. 2., aktualiz. vyd. Brno: Computer Press, 2008, viii, 296 s. ISBN 978-80-251-2395-9.

MOŽNÝ, Ivo. *Moderní rodina: (mýty a skutečnosti)*. Vyd. 1. Brno: Blok, 1990, 184 s. ISBN 80-702-9018-8.

MOŽNÝ, Ivo. *Sociologie rodiny*. Vyd. 1. Praha: Sociologické nakl., 1999, 251 p. ISBN 80-858-5075-3.

Profi-volba z deváté třídy. Praha: Univerzita Karlova v Praze, Pedagogická fakulta, 2005, 159 s. ISBN 80-729-0216-4.

PRŮCHA, Jan, WALTEROVÁ Eliška, MAREŠ Jiří. *Pedagogický slovník*. 4., aktualiz. vyd. Praha: Portál, 2003, 322 s. ISBN 80-717-8772-8.

STRÁDAL, Jiří. *Praktické činnosti pro 6. - 9. ročník základních škol: příprava na volbu povolání*. 2., upr. vyd. Praha: Fortuna, 2007, 80 s. ISBN 978-807-1689-317.

SVĚTLÍK, Jaroslav. *Marketing školy*. 1. vyd. Zlín: EKKA, 1996, 382 s. ISBN 80-902-2008-8.

SVĚTLÍK, Jaroslav. *Marketingové řízení školy*. 2., aktualiz. vyd. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2009, 328 s. Řízení školy (Wolters Kluwer ČR). ISBN 978-80-7357-494-9.

SVĚTLÍK, Jaroslav. *Marketingové řízení školy*. Vyd. 1. Praha: ASPI, 2006, 300 s. ISBN 80-735-7176-5.

ŠIKULOVÁ, Renata, MRÁZOVÁ, Eva, WEDLICHOVÁ Iva. *Pomáháme žákům s výběrem vzdělávací a profesní dráhy: metodická příručka pro učitele základních škol*. Vyd. 1. Most: Hněvín, 2007, 142 s. ISBN 978-808-6654-201.

VÁGNEROVÁ, Marie. *Vývojová psychologie. Dětství, dospělost, stáří*. 1. vyd. Praha: Portál, 2000, 522 s. ISBN 80-717-8308-0.

WALTEROVÁ, Eliška, GREGER, David. *Přechod žáků ze základní na střední školu: pohledy z výzkumů*. 1. vyd. Brno: Paido, 2009, 107 s. ISBN 978-807-3151-799.

Internetové zdroje:

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD Střední vzdělávání celkem (1989 - 2013) [online]. Český statistický úřad, 2014 [cit. 2015-03-11]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/csu/2014edicniplan.nsf/p/320181-14>

Faktory ovlivňující kariérové rozhodování [online]. 2011 [cit. 2015-03-10]. Dostupné z: <http://www.infoabsolvent.cz/Rady/Clanek/7-4-05>

HLAŘO, Petr, BALCAR Jan. *Sociálně-psychologické aspekty volby technického a humanitního studijního zaměření při tranzici žáků do maturitních oborů na středních školách* [online]. Pedagogická orientace, 2012 [cit. 2015-03-10]. Dostupné z: <http://dx.doi.org/10.5817/PedOr2012-4-544>

HLAŘO, Petr, DRAHOŇOVSKÁ Petra. *Rozhodování žáků základních a středních škol o dalším studiu a práci v pohledu žáků i jejich rodičů* [online]. Národní ústav pro vzdělávání, 2012 [cit. 2015-03-10]. Dostupné z: <http://www.nuv.cz/vystupy/rozhodovani-o-dalsim-studiu>

HLAŘO, Petr. *Dynamika rozhodování žáků základní školy o další vzdělávací dráze* [online]. Studia pedagogica, 2010 [cit. 2015-03-10]. Dostupné z: http://vzdelavani.unas.cz/rozhodovani_volba_povolani_stredni_skoly.pdf

HLAŘO, Petr. *Svět práce a volba povolání: Studijní text pro učitele* [online]. Brno: Masarykova univerzita, 2008 [cit. 2015-03-10]. Dostupné z: http://www.ped.muni.cz/wtech/elearning/uvod_do_problematiky_volby_povolani.pdf

HLAŘO, Petr. *Volba povolání: Kariérové vzdělávání a poradenství* [online]. 2008 [cit. 2015-03-10]. Dostupné z: <http://www.vychova-vzdelavani.cz/kvv/>

Metodický pokyn k zařazení vzdělávací oblasti Výchova k volbě povolání do vzdělávacích programů pro základní vzdělávání [online]. MŠMT, 2012 [cit. 2015-03-11]. Dostupné z: <http://www.msmt.cz/vzdelavani/zakladni-vzdelavani/metodicky-pokyn-k-zarazeni-vzdelavaci-oblasti-vychova-k-volbe-povolani-do-vzdelavacich-programu-pro-zakladni-vzdelavani-cj-19458-2001-22>

NEŽ ZAZVONÍ: Studie o výběru školy. [online]. [cit. 2015-03-11]. Dostupné z: <http://www.nezzazvoni.cz/studie-o-vyberu-skoly/>

PAUKNEROVÁ, Daniela. *Manuál vysokoškolského profesního poradce: pracovní postupy* [online]. Vysoká škola ekonomická v Praze: Oeconomica, 2009 [cit. 2015-03-11]. Dostupné z: <http://rpc.vse.cz/wp-content/uploads/2010/10/manual-vs-profesniho-poradce-pracovni-postupy.pdf>

Střední vzdělávání celkem (1989 - 2013) [online]. Český statistický úřad, 2014 [cit. 2015-03-11]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/csu/2014edicniplan.nsf/p/320181-14>

VOJTĚCH, Jiří, CHAMOUTOVÁ, Daniela. *Předběžná zpráva o nezaměstnanosti čerstvých absolventů škol ke konci dubna 2013* [online]. 2013 [cit. 2015-03-10]. Dostupné z: http://www.nuv.cz/uploads/Vzdelavani_a_TP/Nezamestnanost_duben_2013_strucna_zprava_finalprotisk_i_www.pdf

VOJTĚCH, Jiří, CHAMOUTOVÁ Daniela. *Vývoj vzdělanostní a oborové struktury žáků a studentů ve středním a vyšším odborném vzdělávání v ČR a v krajích ČR a postavení mladých lidí na trhu práce ve srovnání se stavem v EU – 2012/13* [online]. NÚV, 2013 [cit. 2015-03-10]. Dostupné z: <http://www.infoabsolvent.cz/Temata/PublikaceAbsolventi?Stranka=9-0-75>

Výroční zpráva o stavu a rozvoji vzdělávání v ČR [online]. 2013 [cit. 2015-03-10]. Dostupné z: <http://www.msmt.cz/vzdelavani/skolstvi-v-cr/statistika-skolstvi/vyrocní-zpravy-o-stavu-a-rozvoji-vzdelavani-v-ceske-1>

Výzkum služeb kariérového poradenství a potřeb jeho klientů na základních školách a středních školách v ČR: Souhrnná zpráva [online]. NÚOV, 2013 [cit. 2015-03-10]. Dostupné z: <http://vychova-vzdelavani.cz/download/nuov2003.pdf>

6 Seznam příloh

Příloha č. 1

Dotazníkové šetření týkající se volby střední školy - VZOR

Třída:

Jméno:

1. S kým si se nejvíce radil (a), (kdo ti pomáhal) při výběru střední školy?

- a) Člen rodiny
- b) Kamarád (ka)
- c) Výchovný poradce na ZŠ
- d) Učitel na ZŠ
- e) Jiná možnost – uveď

2. Z kterých jakých zdrojů jsi nejvíce čerpal (a) informace o středních školách při jejich výběru?

- a) Brožury (letáky)
- b) Internet
- c) Na náborových akcích SŠ
- d) Od výchovného poradce na ZŠ
- e) Na dnech otevřených dveří SŠ
- f) Jiný zdroj – uveď

3. Které informace tě v rámci výběru střední školy nejvíce zajímaly?

- a) Jak kvalitní učitelé na škole učí
- b) Jaké procento absolventů se hlásí na VŠ
- c) Jak daleko je škola od mého bydliště
- d) Jak o škole mluví žáci, kteří školu studují
- e) Jak škola vypadá a vůbec na mě působí
- f) Kde a jak probíhá praktická výuka
- g) Další – uveď

4. Kdo z rodiny ti nejvíce pomáhal s výběrem střední školy?

- a) Matka
- b) Otec
- c) Sourozenec
- d) Prarodič
- e) Další osoba – uveď

5. Jak tě při výběru střední školy ovlivnila reklama školy?

- a) Vůbec mě nezajímala
- b) Málo
- c) Hodně

6. Zúčastnil (a) si se na ZŠ nějaké náborové akce, kde se prezentovali střední školy, případně které?

- a) Veletř SŠ (typu Scholla Pragensis)
- b) Den otevřených dveří
- c) Soutěže pořádané SŠ
- d) Několika, a to - uveď
- e) Žádné

7. Kdy (v které třídě na ZŠ) ses na 100% rozhodl (a) pro obor a danou střední školu?

- a) V průběhu 8. třídy na ZŠ
- b) V průběhu 9. třídy na ZŠ
- c) Čekal (a) jsem do poslední možné chvíle, než se museli odevzdat přihlášky

8. Jak tě při výběru střední školy ovlivnil výchovný poradce na ZŠ?

- a) Vůbec
- b) Málo
- c) Hodně

9. Mezi kolika středními školami ses vážně rozhodoval (a) při výběru střední školy?

- a) Pouze 1 škola
- b) 2 školy
- c) 3 školy
- d) Více jak 3 školy

10. Jak výrazně tě ovlivnila při výběru SŠ vzdálenost školy od bydliště?

- a) Málo
- b) Hodně
- c) Nebylo to vůbec rozhodující

11. Na základě čeho sis vybral (a) studijní (učební) obor který studuješ?

- a) Uplatnění na trhu práce po absolvování
- b) Obor mě zajímal již na ZŠ
- c) Mám vzor v někom koho znám, kdo se oborem živí
- d) Nepřemýšlel (a) jsem nad tím, vybrali za mě rodiče
- e) Jiný důvod - uveď

12. Kde (z kterého zdroje) ses dozvěděl (a) o škole, na kterou si po ZŠ nastoupil?

- a) Od výchovného poradce
- b) Z letáků (brožur) s nabídkou SŠ
- c) Z internetu
- d) Škola sídlí blízko mého bydliště
- e) Z prezentačních akcí SŠ (Burzy středních škol apod.)
- f) Školu mi doporučil (a) kamarád (ka)
- g) Školu mi našli rodiče
- h) Nevím

13. Obracel (a) ses v průběhu hledání a rozhodování o střední škole na nějaké odborníky z oblasti kariérového poradenství?

- a) Pouze na výchovného poradce na ZŠ
- b) Navštívil (a) jsem pedagogicko-psychologickou poradnu
- c) Navštívil (a) jsem poradenské centrum při Úřadu práce
- d) Hledal (a) jsem pomoc přes internetové portály zabývající se profesním poradenstvím (např. Infabsolvent nebo jiné internetové stránky)
- e) Nevyužil (a) jsem žádnou možnost

14. Co tě definitivně přesvědčilo, vybrat si školu, na kterou si nakonec nastoupil?

- a) Navštívil (a) jsem školu v rámci dnů otevřených dveří
- b) Mluvil (a) jsem se zástupci školy na prezentační akci SŠ
- c) Přesvědčil (a) mě výchovný poradce na ZŠ
- d) Na školu se rozhodl (a) nastoupit můj (moje) kamarád (ka)
- e) Chtěl (a) jsem studovat vybraný obor a potom co jsem našla tuto školu, neměl (a) jsem potřebu hledat jinou
- f) Nevím. Vybrali mi jí rodiče, já jsem nerozhodoval (a)
- g) Jiná možnost - uveď